

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, menganalisis, dan mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel para pengguna jasa penginapan di Hotel Sweet Karina dengan menyebarkan kuesioner kepada 99 responden. Berikut adalah kesimpulan yang didapat dari penelitian ini:

1. Karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia dan pengeluaran perbulan. Jenis kelamin didominasi oleh laki – laki dengan persentase sebesar 62,6% dan perempuan sebesar 37,4%. Usia responden didominasi oleh usia ≤ 26 tahun dengan persentase 40,4%, usia 27-36 tahun sebesar 29.3%, usia 37-46 tahun sebesar 15.2%,usia 47-56 tahun sebesar 11.1%, dan usia lebih dari 56 tahun sebesar 4.0%. Untuk responden dengan pengeluaran perbulan didominasi oleh responden yang memiliki pengeluaran perbulan kurang dari Rp. 2.000.000,- sebesar 37.4%, responden yang pengeluarannya Rp.2.000.001 – Rp. 6.000.000,- sebesar 41.4%, responden yang pengeluarannya Rp. 6.000.000 – Rp.10.000.001,- sebesar 21.1%, responden yang

pengeluarannya Rp.10.000.000–Rp.14.000.001,-sebesar 7.1%, dan responden yang pengeluarannya lebih dari Rp. 14.000.001 sebesar 2%.

2. Dimensi kualitas pelayanan mencakup *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles* dan hasilnya dapat dilihat dari pengolahan data dari setiap pernyataan *item* kualitas pelayanan. Berikut adalah hasil dari pengolahan setiap *item* kualitas pelayanan:

- Pada *item reliability* 1 mengenai kelonggaran waktu *check in / check out* lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 58 Responden (58.6%).
- Pada *item reliability* 2 mengenai kecepatan dalam penyajian makanan, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 58 responden (58.6%)
- Pada *item reliability* 3 mengenai penetapan tarif Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 42 responden (42.4%)
- Pada *item responsiveness* 1 mengenai penginformasian prosedur penerimaan, lebih banyak responden menyatakan setuju sebanyak 74 responden (74.7%).
- Pada *item responsiveness* 2 mengenai penginformasian prosedur pembayaran, lebih banyak responden menyatakan setuju sebanyak 65 responden (65.7%).
- Pada *item responsiveness* 3 mengenai karyawan Hotel Sweet Karina yang memiliki sikap selalu merespon keinginan anda, lebih banyak responden menyatakan setuju sebanyak 60 responden (60.6%)

- Pada *item responsiveness* 4 mengenai keramah tamahan karyawan hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 78 responden (78.8%).
- Pada *item responsiveness* 5 mengenai karyawan Hotel Sweet Karina yang berkomunikasi dengan baik, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 75 responden (75.8%).
- Pada *item responsiveness* 6 mengenai karyawan Hotel Sweet Karina yang memiliki sopan santun, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 82 responden (82.8%).
- Pada *item responsiveness* 7 mengenai karyawan Sweet Karina yang bersikap sigan dan siap dalam melayani, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 76 responden (76.8%).
- Pada *item Assurance* 1 mengenai tingkat keamanan parkir di Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 responden (49.5%).
- Pada *item assurance* 2 mengenai tanggung jawab dalam memberikan pelayanan, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 responden (49.5%).
- Pada *item empathy* 1 mengenai perhatian individual yang diberikan oleh Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan netral sebanyak 49 responden (49.5%).

- Pada *item empathy 2* mengenai kesiapan Hotel Sweet Karina untuk menangani barang bawaan , lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 69 responden (69.7%).
- Pada *item empathy 3* mengenai pemberian jaminan keamanan barang bawaan, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 71 responden (71.7%).
- Pada *item empathy 4* mengenai pemberian jaminan keselamatan, lebih banyak responden yang menyatakan netral sebanyak 45 responden (45.5%).
- Pada *item empathy 5*, mengenai fasilitas penanggulangan situasi darurat, lebih banyak responden yang menyatakan netral sebanyak 47 responden (47.5%).
- Pada *item tangibles 1* mengenai lahan parkir yang luas dan nyaman, lebih banyak responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 38 responden (38.4%).
- Pada *item tangibles 2* mengenai fasilitas kamar mandi, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 46 responden (46.5%).
- Pada *item tangibles 3* mengenai beberapa tipe kamar tidur di Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 68 responden (68.7%).
- Pada *item tangibles 4* mengenai tata bangunan yang menarik,, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden (51.5%).

- Pada *item tangibles 5* mengenai taman yang menarik, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 46 responden (46.5%).
- Pada *item tangibles 6* mengenai kamar tidur yang terjaga , lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 68.7 responden (68.7%).
- Pada *item tangibles 7* mengenai kamar mandi yang sangat terjaga, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 66 responden (66.7%).
- Pada *item tangibles 8* mengenai kebersihan alat yang digunakan Hotel Sweet Karina terjaga, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 54 responden (54.5%).
- Pada *item tangibles 9* mengenai kenyamanan kamar Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 55 responden (55.6%).
- Pada *item tangibles 10* mengenai fasilitas penerangan kamar tidur, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 59 responden (59.6%).
- Pada *item tangibles 11* mengenai tata eksterior dan interior yang menarik , lebih banyak responden yang menyatakan netral sebanyak 50 responden (50.5%).
- Pada *item tangibles 12* mengenai lobby familiar yang dimiliki Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan netral sebanyak 44 responden (44.4%).
- Pada *item tangibles 13* mengenai tata ruang restoran yang menarik, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 46 responden (46.5%).

- Pada *item tangibles* 14 mengenai kelezatan rasa hidangan restoran di Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 67 responden (67.7%).
3. Hasil dari dimensi loyalitas pelanggan dapat dilihat dari hasil pengolahan data yang berasal dari pernyataan setiap item sebagai berikut:
- Pada *item* loyalitas 1 mengenai perkataan positif tentang Hotel Sweet Karina kepada orang lain, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 54 responden (54.5%)
 - Pada *item* loyalitas 2 mengenai rekomendasi Hotel Sweet Karina kepada orang lain, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 40 responden (40.4%).
 - Pada *item* loyalitas 3 mengenai pendorongan kepada teman atau saudara untuk menginap di Hotel Sweet Karina, lebih banyak responden yang menyatakan netral sebanyak 49 responden (49.5%).
 - Pada *item* loyalitas 4 mengenai anggapan bahwa Hotel Sweet Karina sebagai pilihan hotel yang tepat, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 47 responden (47.5%).
 - Pada *item* loyalitas 5 mengenai penggunaan jasa Hotel Sweet Karina untuk beberapa waktu kedepan, lebih banyak responden yang menyatakan setuju sebanyak 52 responden (52.5%).
4. Dari hasil analisis deskriptif mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang dilihat dari tabel *Model Summary* pada kolom

Adjusted R Square yang memiliki nilai 0.101 yang artinya 10.1%, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 10.1%. Sedangkan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah sebesar 89.9%.

5. Hasil dari 4 dimensi variabel kualitas pelanggan dengan melihat tabel *Coefficient* pada kolom sig. Maka didapatkan nilai sig *tangibles* sebesar 0,065 artinya nilai $\text{sig} \geq \alpha$ (0.05), *responsiveness* sebesar 0,679 artinya nilai $\text{sig} \geq \alpha$ (0,05), *empathy* sebesar 0,634 artinya nilai $\text{sig} \geq \alpha$ (0.05), *reliability* 0,004 artinya nilai $\text{sig} \leq \alpha$ (0.05). Dari hasil tersebut maka variabel *tangibles*, *responsiveness*, dan *empathy* tidak fit atau tidak bisa dipertanggungjawabkan karena nilai $\text{sig} \geq \alpha$ (0,05), sedangkan variabel *reliability* merupakan model yang *fit* dan dapat dipertanggungjawabkan karena $\leq \alpha$ (0,05). Sedangkan hasil persamaan regresi pada tabel anova, nilai sig *alpha* sebesar $0,007 \leq 0,05$ maka hasil persamaan regresi tersebut bisa diterima dan dipertanggung jawabkan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis menyarankan beberapa saran untuk Hotel Sweet Karina, diantaranya:

1. Sebaiknya manajemen Hotel Sweet Karina Lebih mampu untuk meningkatkan pelayanan pada taraf yang maksimal khususnya pada 5 dimensi kualitas pelayanan dan terus meningkatkan kinerja para karyawan agar lebih mampu

memberikan pelayanan yang terbaik sehingga mampu mendapatkan pelanggan yang loyal kepada Hotel Sweet Karina. Solusinya adalah dengan meningkatkan perhatian yang lebih kepada kebutuhan pelanggan, meningkatkan fasilitas yang lebih nyaman kepada pelanggan, dan mampu menyelesaikan keluhan pelanggan.

2. Ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang perlu Hotel Sweet Karina perbaiki oleh manajemen, diantaranya:

- Untuk dimensi *tangibles*, Hotel Sweet Karina perlu sedikit saja membenahi keadaan fasilitas yang ada di Hotel Sweet Karina agar pelanggan merasa nyaman contohnya perluasan lahan parkir agar pelanggan lebih nyaman dan merasa aman jika parkir di Hotel Sweet Karina, manata ulang interior dan ekterior hotel agar lebih menarik dan nyaman.
- Untuk dimensi *responsiveness*, karyawan Hotel Sweet Karina sangat perlu meningkatkan kinerja pelayanan kepada pelanggan Hotel Sweet Karina. Sikap siap melayani pelanggan harus terus ditingkatkan. Contohnya menawarkan berbagai *room service* kepada pelanggan
- Untuk dimensi *empathy*, Hotel Sweet Karina bisa lebih mampu untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan. Contohnya dengan berkomunikasi yang baik dengan pelanggan dan terus memberikan perhatian untuk pelanggan, memberikan jaminan keselamatan dan menyediakan fasilitas keadaan darurat yang lebih memadai.

- Untuk dimensi *Assurance*, Hotel Sweet Karina dituntut untuk mampu memberikan keamanan kepada pelanggan agar kenyamanan menginap di Hotel Sweet Karina lebih terasa dan tidak merasa khawatir. Contohnya dengan menggunakan *CCTV* sebagai alat pemantau lingkungan hotel dan di setiap sudut hotel diawasi oleh *security*

5.3 Keterbatasan Penelitian

➤ Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dirasa kurang, mengakibatkan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data hanya mampu disebarakan kepada 99 responden.

➤ Kebebasan Penelitian

Kurangnya kebebasan dalam menyebarkan kuesioner di Hotel Sweet Karina, karena peneliti tidak dapat menyebarkan kuesioner dari kamar ke kamar sehingga responden yang ditemui hanya saat terjadinya proses *check in* atau *check out*.

➤ Dimensi yang Tidak Berpengaruh

Beberapa dimensi yang tidak berpengaruh pada penelitian ini adalah *tangibles*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance* mengakibatkan penelitian ini menghasilkan persentasi pengaruh yang kecil dan kurang maksimal yaitu 10.1%. Karena *tangible* memiliki nilai sig 0,065, *responsiveness* memiliki nilai sig 0,679, *empathy* memiliki nilai sig 0,634 dan ketiga variabel tersebut melebihi nilai sig *alpha* 0,05 maka 3 variabel tersebut tidak dapat dipertanggungjawabkan

dan tidak bisa diterima. sedangkan variabel *assurance* tidak dimasukan ke dalam pengujian regresi karena variabel *assurance* memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar $0,406 \leq 0,6$ sehingga variabel *assurance* tidak reliabel dan tidak dapat diujikan pada pengujian regresi berganda. Salah satu faktor variabel *assurance* tidak reliabel adalah karena kurangnya *item* pernyataan pada variabel *assurance* yang hanya memiliki 2 *item* saja sehingga pada saat pengujian data pada variabel *assurance* menghasilkan nilai *cronbach alpha* yang tidak reliabel.

Ditujukan untuk peneliti yang akan datang dan yang akan meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, semoga setiap dimensinya bisa valid dan reliabel agar mampu menghasilkan pengaruh persentase yang cukup atau sangat berpengaruh sehingga peneleitian tersebut mampu menjadi pedoman dalam penelitian –penelitan selanjutnya dan lebih bermanfaat.