

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini yang akan menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan:

1. Kesimpulan yang diperoleh dari tabel XXXIX dapat dilihat dari *Adjusted R square* sebesar 0.463. hal ini menunjukkan bahwa 46.3% variasi dari *customer loyalty* bisa dijelaskan oleh variabel dari *service quality* (variabel independent), yaitu tangibles, reliability, dan responsiveness. 53.7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh dari setiap variabel independen pada variabel dependen dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t dengan $\alpha = 0.05$. berdasarkan pada tabel XXXX , *service quality* berpengaruh positif dan signifikan pada *customer loyalty*. Hasil ini mendukung hipotesis (H1). Penemuan ini mengkonfirmasi hasil penemuan penelitian yang dihasilkan oleh Banwet dan Datta (2003) dalam Tjahyadi (2009) yang menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan pada loyalitas Tamu Hotel.
2. Hotel Sabda Alam harus bisa memperbaiki hal-hal yang masih kurang atau variabel-variabel yang masih dirasa kurang sehingga dikemudian hari dapat memberikan kualitas layanan yang terbaik kepada tamu Hotel serta dapat mempertahankan dan meningkatkan faktor-faktor yang langsung dapat dilihat oleh Tamu Hotel dan nanti akan dinilai oleh Tamu Hotel sehingga Tamu Hotel akan merasa loyal dengan kualitas jasa yang diberikan Hotel Sabda Alam.

5.2 Saran

Saran yang diberikan kepada hotel Sabda Alam, yaitu:

1. Jika Hotel Sabda Alam ingin mencipatakan konsumen yang benar-benar loyal maka Hotel Sabda Alam harus dapat memuaskan kebutuhan-kebutuhan Tamu Hotel. Hal ini disebabkan karena kualitas layanan yang diberikan kepada Tamu Hotel memiliki pengaruh dalam membentuk loyalitas Tamu Hotel.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan loyalitas Tamu Hotel Sabda Alam perlu memperhatikan tingkat kepentingan masing-masing unsur pelayanan. Bagi para Tamu Hotel, dengan demikian tidak ada unsur pelayanan yang dianggap penting dan menganggap unsur lain tidak penting karenan unsur pelayanan merupakan kesatuan yang saling mendukung dan tidak dapat dipisahkan.
3. Hendaknya melakukan perbaikan atau penyempurnaan pelayanan yang masih kurang misalnya faktor kualitas layanan yang dinilai masih kurang oleh tamu Hotel, sehingga Tamu Hotel akan merasa lebih loyal lagi.
4. secara rutin melakukan penelitian untuk mengetahui tanggapan tamu Hotel sabda Alam terhadap kualitas layanan sehingga dapat diketahui kekurangan apa yang perlu diperbaiki dan memperoleh masukan bagi loyalitas tamu Hotel Sabda Alam.
5. apabila perusahaan ingin meningkatkan loyalitas tamu Hotel, maka Hotel sabda alam dapat melakukan suatu hal dapat meningkatkan minat Tamu Hotel misalnya memperbaiki elemen pelayanan yang masih kurang.