

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian terhadap hotel New Sany Rosa, dan didukung dengan data serta analisis yang dilakukan selama penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik kebutuhan konsumen yang dianggap penting, yaitu:
  - Lokasi yang strategis
  - Kondisi lingkungan sekitar yang aman/ tenang
  - Kondisi lingkungan dalam yang terawat
  - Terdapatnya ventilasi udara yang baik
  - Tersedianya fasilitas (TV, AC, air hangat, telepon)
  - Kebersihan kamar dan toilet
  - Kebersihan fasilitas peralatan makan dan mandi
  - Keamanan menyimpan barang
  - Kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan fasilitas yang diberikan
2. Cara menterjemahkan karakteristik kebutuhan konsumen ke dalam karakteristik teknis, yaitu dengan 3 cara:
  - Hubungan kuat

Hubungan kuat terjadi pada karakteristik kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis yang diciptakan perusahaan untuk merespon langsung kebutuhan konsumen. Contohnya: karakteristik kebutuhan konsumen

“kemampuan karyawan dalam menghadapi masalah”, perusahaan meresponnya dengan karakteristik teknis “tingkat kesabaran”.

➤ Hubungan sedang

Hubungan sedang terjadi pada karakteristik kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis yang tidak langsung berhubungan dengan karakteristik kebutuhan konsumen. Contohnya: karakteristik kebutuhan konsumen “kemampuan karyawan dalam menghadapi masalah”, perusahaan meresponnya dengan karakteristik teknis “tingkat pendidikan”.

➤ Hubungan lemah.

Hubungan lemah terjadi pada karakteristik kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis yang kecil sekali hubungannya dengan karakteristik kebutuhan konsumen. Contohnya: karakteristik kebutuhan konsumen “kemampuan karyawan dalam menghadapi masalah”, perusahaan meresponnya dengan karakteristik teknis “tingkat keramahan”.

3. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa yang sejenis, yaitu hotel, hotel New Sany Rosa harus berhadapan dengan salah satu pesaingnya yaitu hotel Guci. Posisi hotel New Sany Rosa dalam persaingan ini dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

a. Berdasarkan karakteristik kebutuhan konsumen (penentuan posisi ini dilakukan oleh konsumen):

- Posisi hotel New Sany Rosa unggul dibandingkan dengan hotel Guci pada karakteristik kebutuhan konsumen: “lahan parkir yang luas, terdapatnya ventilasi udara yang baik, dan adanya potongan harga yang diberikan pihak pengelola pada bulan-bulan tertentu”.

- Posisi hotel New Sany Rosa seimbang dibandingkan dengan hotel Guci pada karakteristik kebutuhan konsumen : “kondisi lingkungan sekitar yang aman/ tenang, kondisi lingkungan dalam yang terawat, struktur bangunan dan desain yang menarik, terdapatnya penerangan hotel yang baik, kebersihan kamar dan toilet, kebersihan fasilitas peralatan makan dan mandi, tersedianya *breakfast*, kenyamanan tempat tunggu (*lobby*), keramahan dan kesopanan karyawan, keramahan *receptionist*, kebersihan dan kerapihan karyawan hotel, kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen, kemampuan karyawan dalam menghadapi masalah, karyawan yang komunikatif, keamanan menyimpan barang, kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan fasilitas yang diberikan, adanya *booking* (pemesanan kamar), penggunaan *debit/ credit card* dalam pembayaran”.
  - Posisi hotel New Sany Rosa tidak unggul dibandingkan dengan hotel Guci pada karakteristik kebutuhan konsumen : “lokasi yang strategis, macam fasilitas, adanya denah yang menunjukkan posisi hotel yang jelas”.
- b. Berdasarkan karakteristik teknis (penentuan posisi ditentukan oleh pihak hotel New Sany Rosa sendiri) :
- Posisi hotel New Sany Rosa unggul dibandingkan hotel Guci pada karakteristik teknis: “desain hotel, tampilan hotel, kapasitas tempat parkir, tingkat kebersihan hotel, tersedianya potongan harga”.
  - Posisi hotel New Sany Rosa seimbang dibandingkan hotel Guci pada karakteristik teknis: “keamanan lingkungan hotel, sarana *vallet parking*, tingkat kebersihan alat-alat hotel, kecepatan pelayanan, tingkat keramahan, tingkat kesopanan, tingkat kesabaran, seragam kerja, tingkat kebersihan

karyawan, tingkat kerapihan, tingkat pendidikan, pelatihan karyawan, kondisi makanan, rasa makanan dan minuman, tingkat keamanan, tersedianya *booking*, penggunaan *debet/credit card*, kesesuaian harga”.

- Posisi hotel New Sany Rosa tidak unggul dibandingkan dengan hotel Guci pada karakteristik teknis: “lokasi terjangkau, suasana lingkungan hotel, macam fasilitas, tersedianya petunjuk hotel”.

4. Kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan lagi oleh hotel New Sany Rosa, yaitu:

- Macam fasilitas yang diberikan
- Suasana lingkungan hotel

## **5.2 Saran**

Dari pembahasan masalah dan kesimpulan yang ada, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu pihak manajemen hotel New Sany Rosa dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumennya, yaitu :

1. Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan dan memfokuskan diri pada apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen, dan perlu melakukan perbaikan terhadap kekurangan-kekurangan yang masih dimilikinya dengan berusaha mencari jalan keluarnya.
2. Dalam melakukan perbaikan dan pengembangan kualitas, perusahaan hendaknya memperhatikan korelasi antara karakteristik kebutuhan konsumen dan karakteristik teknis dan juga korelasi antar karakteristik teknis untuk mencegah adanya kesalahan dalam pelaksanaannya.

3. Perusahaan sebaiknya mampu mempertahankan karakteristik kebutuhan konsumen yang sudah unggul, dan memperhatikan karakteristik teknis dengan tingkat kepentingan yang lebih besar serta berusaha meningkatkan diri dan memperbaiki karakteristik-karakteristik yang dinilai masih kurang.
4. Bagi perusahaan, diharapkan dengan menggunakan metode *House of Quality* dapat dijadikan rancangan/ rencana untuk melakukan perbaikan dan pengembangan terhadap pelayanan konsumennya.