

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Valley.

Sebagai berikut:

- ❖ Persentase tingkat hunian (*Occupancy rate*) di Hotel Valley sejak tahun 2004 hingga tahun 2005 berturut turut sebesar $\pm 63,699\%$ (tahun 2004), $\pm 65,967\%$ (tahun 2005) dan tidak mencapai 100 % (seluruh kamar hotel terisi penuh) tetapi mengalami peningkatan $\pm 2,268\%$ (tahun 2005 – tahun 2003).
- ❖ Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen ditunjukkan dengan adanya korelasi yang cukup tinggi, yaitu sebesar $\pm 0,988989369$. Besarnya pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Hotel Valley adalah sebesar $\pm 97,8099972\%$, dengan tingkat signifikan 0,05. Dari uji hipotesis, terlihat bahwa H_1 diterima maka berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Hotel Valley.

Lainnya yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen diluar Kualitas Pelayanan adalah Strategi Bauran Pemasaran yang terdiri dari 4 P, yaitu Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) dan strategi Bauran Pemasaran Jasa yang membutuhkan 3 P tambahan yaitu orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*).