

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan kuesioner mengenai profil responden Hotel Permata Bidakara, maka dapat diketahui pelanggan yang lebih dominan datang menginap di Hotel Permata Bidakara adalah pria yaitu sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 66.67%, dan yang berusia 41-50 tahun yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 33.33%. Pelanggan yang berprofesi sebagai wiraswasta adalah sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 40%, dan pelanggan yang berdasarkan tingkat pendidikan terakhir SMU adalah sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar 57.78%, dan tingkat pengeluaran pribadi diatas 15 juta rupiah sebanyak 31 orang (68.89%), dan sebagian dari pelanggan yang berdomisili di daerah luar kota Bandung adalah sebanyak 36 orang dengan persentase sebesar 80%. Fasilitas yang menarik menurut 14 orang pelanggan (31.11%) dari Hotel Permata Bidakara adalah Restaurant & Bar's. Sebanyak 20 orang pelanggan (44.44%) menyatakan sumber informasi yang diperoleh mengenai Hotel Permata Bidakara adalah dari teman. Menurut 16 orang (35.56%) menyatakan frekuensi kunjungan ke

Hotel Permata Bidakara dalam setahun adalah sebanyak 2-4 kali. Dan sebanyak 15 orang pelanggan (33.33%) memilih untuk menginap ke Hotel Permata Bidakara adalah karena fasilitasnya yang lengkap.

2. Berdasarkan sikap responden terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan, responden memberikan penilaian sangat baik dan baik akan kualitas pelayanan. Pelayanan menurut responden sangat baik yaitu :
 - a. Kenyamanan dan kebersihan kamar. Sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 71.11% memilih hal ini, berarti kenyamanan dan kebersihan kamar hotel sangat mempengaruhi pelanggan yang datang karena apabila kamar yang ditempati pelanggan kurang nyaman dan bersih maka pelanggan tersebut akan berpikir ulang kedua kalinya untuk datang ke tempat tersebut di kemudian hari.
 - b. Kebersihan dan kelengkapan kamar mandi. Sebanyak 31 orang (68.89%) memilih hal ini, berarti kebersihan dan kelengkapan kamar mandi menjadi hal yang penting bagi pelanggan, bila kamar mandi yang ada di hotel tersebut kotor dan kurang lengkap maka pelanggan tidak akan nyaman berada di kamar mandi hotel tersebut.
 - c. Kenyamanan dan kebersihan restaurant. Sebanyak 32 orang (71.11%) memilih hal ini, berarti kenyamanan dan kebersihan restaurant sangat mempengaruhi pelanggan yang datang, bila restaurant kotor dan jorok maka pelanggan tidak akan berselera untuk makan di restaurant hotel tersebut, dan pelanggan di kemudian hari akan berpikir ulang kedua kalinya untuk menginap di hotel itu lagi.

- d. Keragaman menu dan kelezatan rasa pada makanan dan minuman. Sebanyak 25 orang (55.56%) memilih hal ini, berarti pelanggan sangat memperhatikan menu yang ada di restaurant hotel dan rasa yang terdapat pada makanan dan minuman yang disajikan. Bila makanan dan minuman tersebut terasa enak dan nikmat maka pelanggan akan merasa puas dan ingin terus untuk menikmatinya.
- e. Kepedulian karyawan terhadap pelanggan. Sebanyak 18 orang (40%) memilih hal ini, berarti pelanggan ingin diperhatikan oleh karyawan hotel agar pelanggan merasa nyaman dengan sikap kepedulian karyawan yang ditunjukkan kepada pelanggan.

Sedangkan pelayanan yang menurut responden baik, yaitu pelayanan akan :

- a. Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan. Sebanyak 22 orang (48.89%) memilih hal ini, berarti pelanggan merasa karyawan hotel telah bekerja dengan baik dalam menerima dan menangani keluhan pelanggannya.
- b. Kemahiran karyawan dalam memberikan pelayanan. Sebanyak 21 orang (46.67%) memilih hal ini, berarti pelanggan merasa karyawan cepat tanggap dalam melayani kebutuhan mereka.
- c. Penampilan karyawan yang menarik dan rapi. Sebanyak 31 orang (68.89%) memilih hal ini, berarti bila karyawan berpenampilan dan berpakaian rapi maka hal itu dapat menarik perhatian pelanggan, dan pelanggan merasa senang melihatnya.

- d. Keramahan karyawan dalam menyambut tamu. Sebanyak 23 orang (51.11%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa dihargai dan dihormati oleh karyawan hotel karena sikap mereka yang ramah dalam menyambut tamu.
- e. Keamanan hotel dan kamar. Sebanyak 22 orang (48.89%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa hal ini penting untuk menjaga keamanan kamar yang ditempatinya. Bila kamar tersebut tidak aman maka pelanggan akan berpikir kedua kali untuk di kemudian hari menginap di hotel itu lagi.
- f. Keamanan tempat parkir. Sebanyak 27 orang (60%) memilih hal ini, karena pelanggan ingin kendaraannya terjaga dengan aman, dan pihak hotel telah menjalankan hal ini dengan baik.
- g. Kesopanan para karyawan. Sebanyak 29 orang (64.44%) memilih hal ini, karena pelanggan melihat para karyawan telah memperlakukan para tamu dengan sopan dan mereka dapat berinteraksi dengan baik terhadap pelanggan.
- h. Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan. Sebanyak 27 orang (60%) memilih hal ini, karena bagi pelanggan kecepatan karyawan dalam melayani sangat penting, dan pelanggan tidak mau menunggu terlalu lama untuk dilayani.
- i. Kemudahan pelanggan dalam menghubungi karyawan. Sebanyak 27 orang (60%) memilih hal ini, karena pelanggan tidak ingin bersusah payah dalam menghubungi karyawan, dan pihak hotel telah mengantisipasi hal ini dengan baik, yaitu menyediakan telepon di setiap kamar.

- j. Kemudahan mendapatkan informasi. Sebanyak 29 orang (64.44%) memilih hal ini, karena pelanggan dapat dengan mudah memperoleh informasi yang diperlukan sesuai yang pelanggan butuhkan.
- k. Tanggapan cepat karyawan terhadap permintaan pelanggan. Sebanyak 28 orang (62.22%) memilih hal ini, karena pelanggan ingin permintaan mereka dapat dengan segera dilaksanakan, dan karyawan telah bekerja dengan baik yaitu dengan memberikan respon cepat terhadap permintaan tamunya.
- l. Tanggapan karyawan terhadap keluhan pelanggan. Sebanyak 22 orang (48.89%) memilih hal ini, berarti karyawan telah bekerja dengan baik dalam memberikan tanggapan terhadap keluhan para pelanggannya dan berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan.
- m. Sikap karyawan terhadap pelanggan. Sebanyak 31 orang (68.89%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa karyawan dapat berinteraksi dengan baik dan menghargai serta menghormati pelanggan sebagai tamu hotel layaknya seorang raja.
- n. Perhatian karyawan terhadap pelanggan. Sebanyak 23 orang (51.11%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa karyawan hotel telah memberikan perhatian yang baik kepada mereka.
- o. Keluwesan karyawan terhadap pelanggan. Sebanyak 23 orang (51.11%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa dalam bekerja karyawan tidak merasa canggung dan kaku, melainkan dapat berinteraksi dengan baik kepada para tamu.

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang menarik dari Hotel Permata Bidakara, responden memberikan penilaian sangat menarik dan menarik terhadap pelayanan hotel. Pelayanan yang menurut responden sangat menarik, yaitu pelayanan akan :

- a. Pemberian potongan tarif kamar di saat tertentu dan tarif yang bersaing dengan hotel lain. Sebanyak 30 orang (66.67%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa dengan adanya potongan tarif dan harga yang bersaing, mereka dapat sedikit menghemat untuk menginap di hotel.
- b. Penataan perabotan dan dekorasi ruangan hotel (interior hotel). Sebanyak 29 orang (64.44%) memilih hal ini, berarti pelanggan sangat menyukai keadaan interior hotel yang didesain sangat menarik, sehingga pelanggan merasa nyaman akan penataan perabotan dan dekorasi ruangan yang serasi satu dengan lainnya.
- c. Exterior hotel (dekorasi luar hotel). Sebanyak 31 orang (68.89%) memilih hal ini, berarti pelanggan merasa dekorasi luar hotel sangat menarik dan memberi kesan sejuk karena seperti menyatu dengan alam.

Sedangkan pelayanan yang menurut responden menarik, adalah pelayanan akan :

- a. Reservation kamar melalui telepon. Sebanyak 26 orang (57.78%) memilih hal ini, karena kebanyakan tamu hotel tidak berasal dari kota Bandung, sehingga dengan adanya pelayanan ini akan sangat memudahkan bagi mereka untuk melakukan pemesanan kamar.

- b. Kerapihan seragam karyawan. Sebanyak 24 orang (53.33%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa senang dengan karyawan yang terlihat rapi dan berpenampilan menarik.
- c. Adanya food & beverage. Sebanyak 27 orang (60%) memilih hal ini, karena pelanggan dapat makan dan minum di restaurant hotel, bar atau coffee shop jika pelanggan sedang malas untuk bepergian.
- d. Keragaman menu dan kelezatan rasa pada makanan dan minuman. Sebanyak 31 orang (68.89%) memilih hal ini, berarti pelanggan menyukai kelezatan rasa pada makanan dan minuman serta banyaknya jenis makanan dan minuman yang tersedia, sehingga hal ini menjadi daya tarik bagi pelanggan.
- e. Tersedia paket khusus menginap. Sebanyak 23 orang (51.11%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa senang dengan adanya paket ini, khususnya bagi pelanggan yang sedang berbulan madu, karena biasanya pihak hotel memang menyediakan paket khusus untuk tamu hotel yang sedang berbulan madu.
- f. Fasilitas hubungan dengan tour & travel. Sebanyak 23 orang (51.11%) memilih hal ini, karena dengan demikian pelanggan dapat pergi kemana pun yang diinginkan dengan menggunakan fasilitas tour & travel yang disediakan oleh pihak hotel.
- g. Adanya berbagai fasilitas olahraga dan tempat untuk karaoke. Sebanyak 30 orang (66.67%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa senang

dengan adanya fasilitas ini, dengan begitu pelanggan dapat berolahraga dan bersenang-senang di tempat karaoke yang telah disediakan.

- h. Kenyamanan dan kebersihan kamar dan restaurant. Sebanyak 31 orang (68.89%) memilih hal ini, karena pelanggan tidak ingin kamar yang akan ditempatinya terlihat kotor dan jorok, begitu pula dengan restaurant. Kedua tempat ini harus terlihat nyaman dan bersih agar menarik perhatian pelanggan.
- i. Keamanan hotel dan tempat parkir. Sebanyak 28 orang (62.22%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa keamanan hotel dan tempat parkir itu penting untuk menjaga kendaraan dan barang-barang mereka yang ada di kamar hotel.
- j. Harga makanan dan minuman yang terjangkau. Sebanyak 35 orang (77.78%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa senang akan harga makanan dan minuman yang terjangkau, sebab tidak semua hotel berbintang menetapkan harga makanan dan minuman yang dapat dijangkau oleh pelanggan.
- k. Kebersihan dan kelengkapan fasilitas hotel. Sebanyak 31 orang (68.89%) memilih hal ini, berarti setiap tamu hotel yang menginap di hotel manapun pasti menginginkan fasilitas yang tersedia bersih dan lengkap, demikian juga dengan pelanggan tamu Hotel Permata Bidakara.
- l. Ketenangan suasana dalam lingkungan hotel. Sebanyak 32 orang (71.11%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa perlu ketenangan suasana dalam lingkungan hotel agar dapat beristirahat dengan tenang.

- m. Kemudahan cara pembayaran. Sebanyak 30 orang (66.67%) memilih hal ini, karena selain dapat membayar dengan uang cash, pelanggan dapat membayar dengan menggunakan kartu kredit.
- n. Profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan. Sebanyak 22 orang (48.89%) memilih hal ini, berarti para karyawan telah berusaha sebaik-baiknya dalam melayani pelanggan agar mereka merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan sehingga dapat menarik minat pelanggan di lain waktu untuk menginap di hotel ini lagi.
- o. Fasilitas akomodasi dengan tour & travel. Sebanyak 34 orang (75.56%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa fasilitas ini sangat berguna untuk mengantarkan mereka kemana pun mereka mau, dan tidak perlu bersusah payah untuk mencari kendaraan karena pihak hotel sudah menyediakannya.
- p. Kemudahan pelanggan dalam menghubungi pihak hotel. Sebanyak 29 orang (64.44%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa pelayanan ini memudahkan pelanggan dalam memesan sesuatu atau komplain terhadap sesuatu kepada karyawan hotel.
- q. Food & Beverage yang tersedia setiap saat ada pemesanan. Sebanyak 26 orang (57.78%) memilih hal ini, karena pelanggan merasa pelayanan ini menarik, sebab mereka dapat memesan makanan dan minuman setiap saat yang mereka inginkan.

3. Dilihat dari dimensi kualitas pelayanan, hal-hal yang dapat menumbuhkan niat (beli) sewa kamar konsumen adalah : kenyamanan dan kebersihan kamar, restaurant dan fasilitas hotel yakni sebesar 68.89%; keragaman menu dan kelezatan rasa pada makanan dan minuman yakni sebesar 68.89%; profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan (misalnya seperti kecepatan karyawan memberikan pelayanan, keramahan karyawan, kesopanan karyawan, dll) yakni sebesar 48.89%; penampilan karyawan yang menarik dan rapi yakni sebesar 53.33%; kemudahan pelanggan dalam menghubungi pihak hotel yakni sebesar 64.44%; dan yang terakhir adalah keamanan hotel dan tempat parkir yakni sebesar 62.22%. Kesemuanya itu adalah dari dimensi kualitas pelayanan yang dapat menumbuhkan niat (beli) sewa kamar konsumen pada Hotel Permata Bidakara.
4. Berdasarkan pengujian koefisien korelasi Rank Spearman, maka diperoleh nilai r_s sebesar 0.89. Dalam hal ini berkisar antara 0.76-1.00, yang menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara kualitas pelayanan dengan niat (beli) sewa kamar pelanggan di Hotel Permata Bidakara. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi pula niat pelanggan untuk menginap di Hotel Permata bidakara. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap niat (beli) sewa kamar pelanggan Hotel Permata Bidakara, maka digunakan koefisien determinasi, dan diperoleh hasil sebagai berikut 79.21%. Dengan demikian, pengaruh antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Permata Bidakara terhadap niat (beli) sewa kamar pelanggan adalah sebesar 79.21%,

dan sisanya sebesar 20.79% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Dari perhitungan uji statistik, dengan taraf nyata α = sebesar 5 % dan derajat bebas $n-2$, yaitu $45-2 = 43$, maka diperoleh $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, yaitu $12.4856 \geq 1.68205$. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka H_0 diterima, yaitu bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan niat (beli) sewa kamar pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis diatas, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran atau masukan yang mungkin dapat berguna dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Hotel Permata Bidakara dalam memberikan pelayanan, sehingga pada akhirnya banyak pelanggan yang datang untuk menginap. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Hotel Permata Bidakara sebaiknya tetap dapat mempertahankan bentuk-bentuk pelayanan yang sudah dianggap baik oleh pelanggan, dan juga diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang masih kurang di mata pelanggan agar dapat menarik perhatian pelanggan lebih banyak lagi, sehingga para pelanggan tidak akan beralih ke hotel lain yang pelayanannya lebih baik.
2. Pihak hotel harus berusaha menarik minat pelanggan dengan cara menambah atau meningkatkan fasilitas hotel dan pelayanan yang selama ini diberikan.

Misalnya seperti menambah pertunjukkan live music beberapa kali dalam seminggu, atau menambah menu baru pada makanan dan minuman.

3. Untuk menjaga kesetiaan dan hubungan yang baik dengan pelanggan, perusahaan harus lebih sering menanyakan tanggapan pelanggannya per periode tertentu tentang pelayanan yang telah diberikan guna mengetahui apa yang diinginkan pelanggan, sehingga hal ini dapat menambah masukan bagi Hotel Permata Bidakara agar dapat terus meningkatkan kualitas pelayanannya.
4. Program promosi yang dilakukan sebaiknya lebih ditingkatkan lagi, mengingat Hotel Permata Bidakara belum melakukan promosi melalui media televisi.