BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang diuji dengan menggunakan uji regresi berganda adalah bahwa variabel persepsi konsumen yang memberikan hasil yang tidak signifikan pada loyalitas konsumen. Dengan kata lain, persepsi konsumen tidak berpengaruh pada loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa variabel harapan konsumen memberikan hasil yang signifikan pada loyalitas konsumen. Dengan kata lain harapan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa *gap* persepsi dengan harapan konsumen juga mempengaruhi loyalitas konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa respon yang diberikan konsumen berupa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh *gap* persepsi konsumen dan harapan konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2000), Munawaroh (2002), Kusumaningnigrum (2003) yang mengembangkan model mengenai pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen.

Perbedaan penelitian Cahyani (2000), Munawaroh (2002), Kusumaningnigrum (2003) dengan penelitian ini adalah penambahan variabel independen persepsi konsumen, harapan konsumen dan penggunaan metode analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis *gap* dan regresi berganda

karena peneliti ingin melihat apakah terdapat pengaruh langsung dari *gap* persepsi konsumen dan harapan konsumen mengenai jasa terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dalam rangka peningkatan loyalitas konsumen pada Hotel Kedaton Bandung, ada beberapa yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Perusahaan perlu meningkatkan ketrampilan dalam melayani, lebih bersikap sopan dan ramah, dan lebih cepat melayani tamu yang datang ke Hotel Kedaton. Karena berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kehandalan tidak signifikan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen Hotel Kedaton.
2. Dalam jangka pendek manajemen harus lebih memprioritaskan peningkatan kinerjanya dalam kehandalan kepada konsumen Hotel Kedaton, sebab konsumen adalah orang yang memerlukan bantuan baik keramahan, rasa hormat, dan kecepatan dalam dilayani atas jasa yang diberikan oleh pihak penyedia jasa. Hal ini dapat diatasi dengan mengadakan pengarahan dan motivasi serta kontrol yang ketat dari manajemen.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan peneliti melakukan penelitian di luar dari variabel kualitas pelayanan jasa dan mengkaji lebih jauh

terhadap produk atau fasilitas yang diberikan bukan hanya pada kualitas pelayanannya saja.