

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN

Dalam penelitian ini, peneliti telah mengambil dan mengolah data pada 73 orang responden pengunjung Hotel “X” Bandung, untuk meneliti mengenai kualitas layanan jasa yang dimiliki. Dari hasil pengolahan data yang sudah di paparkan pada bagian sebelumnya, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil penelitian yang dilakukan, secara keseluruhan mayoritas pengunjung Hotel “X” Bandung merasa tidak puas terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan Hotel “X” Bandung.
- 2) Secara keseluruhan, responden memiliki kepuasan layanan jasa terendah pada dimensi *Responsiveness* secara spesifik mengenai *housekeeping* melayani dan membersihkan ruang kamar dengan cepat yang tidak sesuai dengan harapan para responden Hotel “X” Bandung.
- 3) Secara keseluruhan responden merasa tidak puas terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan Hotel “X” Bandung, akan tetapi responden memiliki *GAP* paling kecil pada indikator *front office*, secara spesifik pada item yang membahas mengenai kepercayaan konsumen terhadap pelaksanaan administrasi di Hotel “X” Bandung.
- 4) Terdapat faktor informasi dari rekan/keluarga terdekat dan Internet/media massa membentuk ekspektasi yang besar pada para responden yang diteliti. Hal ini terjadi karena berbagai informasi positif yang diterima justru mendorong individu untuk menginap di Hotel “X” Bandung namun pada kenyataannya terdapat perbedaan antara

harapan dan kenyataan konsumen terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan Hotel “X” Bandung.

5.2. SARAN

5.2.1. SARAN TEORETIS

- 1) Peneliti menyarankan kepada para peneliti selanjutnya, untuk dapat memilih berbagai data penunjang, untuk dapat melengkapi instrumen data utama. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan dapat menjadi lebih representatif dalam menggambarkan berbagai karakteristik, terutama hal-hal yang bersifat demografis dari para responden yang diteliti, yang dapat mempengaruhi *Perceived Service* dan *Expected Service* pada para responden yang diteliti.

5.2.2. SARAN PRAKTIS

- 1) Memberikan saran dan informasi kepada *General Manager* Hotel “X” Bandung mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Hotel “X” Bandung berdasarkan lima dimensi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun strategi pemasaran di masa depan, salah satunya dengan peningkatan promosi hotel melalui media cetak.
- 2) Memberikan saran dan informasi kepada tim manajemen Hotel “X” Bandung mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Hotel “X” Bandung berdasarkan lima dimensi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun strategi pemasaran di masa depan.
- 3) Memberikan saran dan informasi kepada *Manager HRD* Hotel “X” Bandung mengenai gambaran tingkat kepuasan konsumen berdasarkan lima dimensi di hotel tersebut sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengevaluasi kinerja pegawai hotel dalam hal kecepatan dan ketelitian dalam memberikan pelayanan

pada konsumen atau dalam kata lain kualitas pelayanan, serta untuk tujuan peningkatan kualitas pelayanan kerja terkait SDM.

