

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Guesthouse:

- *Product*
  - ✦ Kenyamanan tempat tidur Guesthouse
  - ✦ Kenyamanan kamar mandi Guesthouse
  - ✦ Kenyamanan sofa didalam kamar Guesthouse
  - ✦ Kelengkapan tipe kamar (tipe standar, tipe family)
  - ✦ Kebersihan kamar tidur Guesthouse
  - ✦ Kelengkapan fasilitas didalam kamar Guesthouse
  - ✦ Ketepatan jumlah kamar yang di pesan dengan kamar yang tersedia
  - ✦ Kelengkapan fasilitas umum Guesthouse (lobby/restaurant/parkiran)
  - ✦ Kelezatan menu sarapan
  - ✦ Variasi menu sarapan
  - ✦ Kelengkapan alternatif transaksi pembayaran ( kartu kredit/debit)
- *Price*
  - ✦ Harga kamar yang bersaing
  - ✦ Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
  - ✦ Kesesuaian harga dengan fasilitas yang di berikan
- *Place*
  - ✦ Kedekatan Guesthouse dengan sarana transportasi umum
  - ✦ Kedekatan Guesthouse dengan fasilitas umum (mall, daerah wisata)
  - ✦ Kedekatan Guesthouse dengan pusat kota
  - ✦ Kejelasan papan nama Guesthouse

- *Promotion*
  - ✦ Frekuensi diskon pada waktu tertentu
  - ✦ Frekuensi promosi menggunakan media sosial
  - ✦ Frekuensi promosi menggunakan banner/pamflet
  - ✦ Kemenarikan desain promosi media sosial
- *People*
  - ✦ Keramahan receptionist saat melayani
  - ✦ Kesopanan receptionist saat melayani
  - ✦ Kemampuan receptionist saat melayani
  - ✦ Pengetahuan receptionist dalam melayani
  - ✦ Kerapihan receptionist
  - ✦ Keramahan pegawai room service saat melayani
  - ✦ Kesopanan pegawai room service saat melayani
  - ✦ Kemampuan pegawai room service saat melayani
- *Process*
  - ✦ Ketepatan perhitungan pembayaran manual/ kasir
  - ✦ Kemudahan reservasi via online
  - ✦ Kemudahan reservasi via telpon
  - ✦ Kemudahan proses pembayaran online
  - ✦ Kemudahan proses pembayaran manual/via kasir
  - ✦ Ketepatan perhitungan pembayaran online
- *Physical Evidence*
  - ✦ Kemenarikan papan nama Guesthouse
  - ✦ Kemenarikan desain bagian dalam kamar
  - ✦ Kenyamanan restoran/tempat makan Guesthouse
  - ✦ Kebersihan Toilet didalam kamar Guesthouse
  - ✦ Sirkulasi udara didalam kamar
  - ✦ Kecukupan jumlah stop kontak di kamar
  - ✦ Pencahayaan sinar matahari didalam kamar
  - ✦ Kenyamanan penataan lobby

- ✦ Kecukupan lahan parkir
- ✦ Kemenarikan desain bagian luar *Guesthouse*

2. Kinerja pelayanan *Ariandry Boutique Guesthouse* saat ini.

Kinerja pelayanan di *Ariandry Boutique Guesthouse* berdasarkan hasil kuesioner yang telah diolah diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,3 yang berarti bahwa tingkat kinerja oleh *Ariandry Boutique Guesthouse* sudah cukup baik. Dari hasil kuesioner pula di peroleh hasil yang menyatakan ada beberapa variabel yang sudah dianggap memuaskan oleh pengunjung dan di laksanakan dengan baik oleh pihak *Ariandry Boutique Guesthouse*. Adapun variabel-variabel yang di pentingkan :

- Kenyamanan tempat tidur *Guesthouse*
- Kenyamanan sofa didalam kamar *Guesthouse*
- Kelengkapan tipe kamar
- Kebersihan kamar tidur *Guesthouse*
- Kelezatan menu sarapan
- Variasi menu sarapan
- Ketepatan perhitungan pembayaran manual/kasir
- Frekuensi promosi menggunakan banner/pamflet
- Kemenarikan desain promosi sosial media
- Kedekatan *Guesthouse* dengan pusat kota
- Keramahan *receptionist* saat melayani
- Kemampuan *receptionist* saat melayani
- Pengetahuan *receptionist* dalam melayani
- Kemenarikan desain bagain dalam kamar
- Kenyamanan restaurant *Guesthouse*
- Kebersihan toilet dalam kamar *Guesthouse*
- Kecukupan jumla stop kontak di kamar
- Kenyamanan penataan *lobby*
- Kecukupan lahan parkir
- Kemenarikan desain bagaian luar *Guesthouse*

3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *Ariandry Boutique Guesthouse*

Tingkat kepuasan konsumen terhadap *Ariandry Boutique Guesthouse* mencapai 67,39%. Berdasarkan jumlah variable yang puas dan tidak puas yaitu 31 variabel puas dan 15 variabel tidak puas dari 46 variabel. Variabel yang puas diantaranya sirkulasi udara di dalam kamar, kelengkapan tipe kamar, kebersihan di dalam kamar dan ketetapan pembayaran online.

4. Apa saja kelebihan dan kelemahan *Ariandry Boutique Guesthouse* dan pesaingnya

- Kelebihan
  - ✦ Ketepatan jumlah kamar yang di pesan dengan kamar yang tersedia
  - ✦ Variasi menu sarapan
  - ✦ Harga kamar yang bersaing
  - ✦ Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
  - ✦ Kemudahan proses pembayaran online
  - ✦ Frekuensi diskon pada waktu tertentu
  - ✦ Kemenarikan desain promosi media sosial
  - ✦ Kedekatan *Guesthouse* dengan sarana transportasi umum
  - ✦ Kedekatan *Guesthouse* dengan fasilitas umum (mall, daerah wisata)
  - ✦ Kedekatan *Guesthouse* dengan pusat kota
  - ✦ Kejelasan papan nama *Guesthouse*
  - ✦ Kesopanan *receptionist* saat melayani
  - ✦ Kemampuan *receptionist* saat melayani
  - ✦ Pengetahuan *receptionist* dalam melayani
  - ✦ Kesopanan pegawai *room service* saat melayani
  - ✦ Kemampuan pegawai *room service* saat melayani

- Kelemahan
  - ✦ Kenyamanan tempat tidur *Guesthouse*
  - ✦ Kenyamanan kamar mandi *Guesthouse*
  - ✦ Kenyamanan sofa didalam kamar *Guesthouse*
  - ✦ Kelengkapan tipe kamar (tipe standar, tipe family)
  - ✦ Kebersihan kamar tidur *Guesthouse*
  - ✦ Kelengkapan fasilitas didalam kamar *Guesthouse*
  - ✦ Kelengkapan fasilitas umum *Guesthouse* (lobby/restaurant/parkiran)
  - ✦ Kelezatan menu sarapan
  - ✦ Kelengkapan alternatif transaksi pembayaran ( kartu kredit/debit)
  - ✦ Kesesuaian harga dengan fasilitas yang di berikan
  - ✦ Ketepatan perhitungan pembayaran manual/ kasir
  - ✦ Kemudahan reservasi via online
  - ✦ Kemudahan reservasi via telpon
  - ✦ Kemudahan proses pembayaran manual/via kasir
  - ✦ Ketepatan perhitungan pembayaran online
  - ✦ Frekuensi promosi menggunakan media sosial
  - ✦ Frekuensi promosi menggunakan banner/pamflet
  - ✦ Keramahan *receptionist* saat melayani
  - ✦ Kerapihan *receptionist*
  - ✦ Keramahan pegawai *room service* saat melayani
  - ✦ Kemenarikan papan nama *Guesthouse*
  - ✦ Kemenarikan desain bagian dalam kamar
  - ✦ Kenyamanan restoran/tempat makan *Guesthouse*
  - ✦ Kebersihan Toilet didalam kamar *Guesthouse*
  - ✦ Sirkulasi udara didalam kamar
  - ✦ Kecukupan jumlah stop kontak di kamar
  - ✦ Pencahayaan sinar matahari didalam kamar
  - ✦ Kenyamanan penataan *lobby*

- ✦ Kecukupan lahan parkir
- ✦ Kemenarikan desain bagian luar *Guesthouse*

#### 5. Target pasar yang tepat untuk *Ariandry Boutique Guesthouse*

##### ➤ *Segmentation*

- Demografis

Jenis Kelamin :    -Pria  
                              -Wanita

Usia :                    - ≤ 19 thn  
                              -20 thn - 30 thn  
                              -31 thn - 40 thn  
                              - ≥ 41 thn

Pekerjaan :            -Mahasiswa/i  
                              -Pegawai  
                              -Wiraswasta

Penghasilan:         -2,8jt ≤ Penghasilan ≥ 5jt  
                              -5jt ≤ penghasilan ≥ 10jt  
                              -10jt ≤ penghasilan ≥ 15 jt  
                              - ≥ 15jt

Uang Saku;            -2,8jt ≤ Penghasilan ≥ 5jt  
                              -5jt ≤ penghasilan ≥ 10jt  
                              -10jt ≤ penghasilan ≥ 15 jt  
                              - ≥ 15jt

- Geografis

Lokasi:                 -Kabupaten Bandung  
                              -Luar kota Bandung  
                              -Luar Provinsi Jawa Barat

- Psikografis

Biaya yg di keluarkan:	-350rb - 500rb/hari - $\geq$ 500rb /hari
Lama menginap:	-1 hari -2 hari -3 hari -4 hari -tidak tentu
Tipe kamar:	-Tipe standar -Tipe deluxe -Tipe Family -Excecutive -Juniorsuite
Alasan menginap:	-Liburan -Tugas kantor -Mengunjungi keluarga -Lain-lain
Interior:	-Desain alam -Desain modern -Lain-lain
Info <i>Guesthouse</i> :	-Media sosial -Teman -Keluarga -Media Cetak -Web (traveloka/tiket.com)
Berkunjung lagi:	-Ya -Tidak
Media sosial:	-Facebook

-Instagram

-Path

-Twitter

-Lain-lain

Metode reservasi:

-Online

-Telpon

-Datang langsung

### ➤ *Targeting*

Berdasarkan hasil kuesioner *segmentasi* yang telah disebarkan kepada 120 responden, hasilnya dikelompokkan menjadi beberapa segmen seperti yang telah dijelaskan diatas, maka target yang dituju adalah sebagai berikut:

- ✦ Jenis kelamin : Pria dan Wanita
- ✦ Usia : 20 tahun – 40 tahun
- ✦ Pekerjaan : Mahasiswa/I dan Wiraswasta
- ✦ Penghasilan : Rp. 5.000.000 – Rp 10.000.000
- ✦ Uang saku : Rp. 2.800.000 – Rp 5.000.000
- ✦ Lokasi : Kab. Bandung dan Luar Prov. Jawa Barat
- ✦ Biaya yang di keluarkan : > Rp 500.000
- ✦ Lama menginap : 2 hari
- ✦ Tipe kamar : Tipe Standar
- ✦ Alasan berkunjung : Liburan dan Tugas Kantor
- ✦ Interior : Desain Alam
- ✦ Informasi tentang Ariandry Guesthouse : Sosial Media
- ✦ Penggunaan Media sosial Pengunjung : Instagram
- ✦ Metode reservasi : Online

### ➤ *Positioning*

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA), metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan Uji Hipotesis diperoleh beberapa variabel yang menjadi keunggulan dari *Ariandry Guesthouse*. Berikut ini adalah variabel-variabel yang menjadi keunggulan dari *Ariandry Boutique Guesthouse* yaitu :

1. *Price* (Harga) : Harga kamar yang bersaing, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
2. *Place* (Tempat) : Kedekatan *Guesthouse* dengan sarana transportasi umum, kedekatan *Guesthouse* dengan fasilitas umum (mall, daerah wisata) dan kedekatan *Guesthouse* dengan pusat kota.

*Positioning* juga diberikan atas dasar variabel yang dipentingkan konsumen yaitu :

1. *Product* : kenyamanan tempat tidur *Guesthouse*, kenyamanan kamar mandi *Guesthouse*, Kenyamanan sofa dalam dalam kamar *Guesthouse*. Kelengkapan tipe kamar, kebersihan kamar tidur *Guesthouse*, kelengkaapa fasilitas di dalam kamar *Guesthouse*, ketetapan jumlah kamar yang di pesan dengan kamar yang tersedia, kelengkapan fasilitas umum *Guesthouse*, kelezatan menu sarapan, variasi menu sarapan, kelengkapan alternatif transaksi pembayaran.
2. *Price* : harga kamar yang bersaing, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, kesesuaian harga dengan fasilitas yang di berikan.
3. *Place* : kedekatan *Guesthouse* dengan sarana transportasi umum, kedekatan *Guesthouse* dengan fasilitas umum (mall, daerah wisata), kedekatan *Guesthouse* dengan pusat kota dan kejelasan papan nama *Gusehouse*.

6. Usulan strategi pemasaran yang tepat yang dapat diberikan kepada pihak *Ariandry Boutique Guesthouse* dan dapat diterapkan oleh pihak *Ariandry Boutique Gusehouse* agar *Ariandry Boutique Guesthouse* dapat menarik minat konsumen serta mampu bersaing dengan kompetitornya saat ini :

**❖ Usulan Perbaikan**

- Melakukan pengecatan secara berkala pada dinding kamar mandi
- Memasang pengharum ruangan
- Menggunakan lampu yang lebih terang
- Menggunakan mesin hitung
- Melakukan pembukuan secara berkala
- Penambahan lampu penerangan
- Desain papan nama yang lebih menarik dan mudah untuk dibaca
- Penempatan papan nama yang lebih mudah terlihat
- Menambah kerja sama dengan Bank-Bank yang ada di Bandung.
- Pemasangan ventilasi pada kamar
- Jendela yang bisa di buka-tutup
- Menggunakan tempat tidur dengan merk yang bagus
- Menggunakan selimut yang lebih tebal (*lobby*/parkiran/restaurant)
- Penambahan fasilitas *laundry*
- Penambahan luas *lobby*
- Penambahan lahan parkir atau mencari lahan parkir
- Penambahan kapasitas restaurant
- Penambahan kapasitas restaurant
- Meja dan kursi yang lebih nyaman
- Melakukan pengecekan secara berkala
- Petugas yang bekerja mempunyai kemampuan/terlatih
- Menggunakan sofa yang berbahan bagus dan tahan lama serta mudah di bersihkan dari noda.
- Sebaiknya fokus pada 2 atau 3 tipe kamar saja yang lebih sering di pesan oleh konsumen, seperti tipe standar atau tipe deluxe.
- Petugas yang bekerja memiliki kemampuan/ terlatih

- Menyediakan menu sarapan local maupun mancanegara
- Menyediakan menu lebih dari 1 macam
- Memilih koki yang mempunyai latar belakang “chef”
- Menggunakan alat bantu hitung (mesin hitung)
- Melakukan pengecekan dengan situs yang bersangkutan
- Pihak pengelola berkordinasi dengan bagian pemasaran agar pemasangan promosi dengan banner/pamphlet bisa dilakukan secara rutin.
- Para pegawai di latih untuk selalu tersenyum
- Para pegawai diberi pelatihan khusus sebelum bekerja
- Menggunakan furnitur yang lebih menarik
- Penambahan lukisan/gambar
- Penggunaan cat warna yang menarik
- Penambahan stop kontak di dalam kamar
- Penambahan luas *lobby*
- Penambahan meja *lobby*
- Penambahan lahan parkir
- Mencari lokasi parkir yang baru
- Penambahan cat warna yang lebih menarik
- Desain gedung yang lebih menarik
- Papan nama yang jelas terbaca
- Penambahan cafeteria
- Penambahan *laundry*
- Penambahan mesin pembuat kopi/teh
- Pihak pengelola melakukan penambahn fasilitas seperti mesin pembuat kopi/teh
- Penambahan fasilitas hairdryer untuk konsumen
- Penambahan kerjasama dengan situs online lainnya yang mudah ditemukan.
- Penambahan cara reservasi via aplikasi “WhatsApp”
- Penambahan layanan telepon dengan tarif yang murah

- Penambahan social media pihak pengelola seperti “Instagram”
- Sebaiknya bagian pemasaran melakukan *update* dan promosi setiap hari.
- Menggunakan seragam yang lebih feminim bagi wanita
- Menggunakan dasi pada setelan pria
- Melakukan penataan rambut (*hair do*)
- sebaiknya pegawai melakukan tegur sapa kepada pengunjung
- Penggunaan jendela yang lebih besar
- Sebaiknya pihak pengelola melakukan update kamar kosong setiap hari
- Sebaiknya pihak pengelola tidak hanya memberi diskon pada waktu tertentu tetapi juga pada tanggal merah, longweekend dll.
- Pihak pengelola menyediakan map lokasi sarana transportasi umum.
- Pihak pengelola sebaiknya menyediakan map lokasi dengan beberapa tujuan yang mungkin akan di kunjungi oleh konsumen.
- Menggunakan huruf yang lebih mudah dibaca konsumen
- Mendesain papan nama agar mudah terlihat.
- Promosi yang dilakukan juga berupa video *Guesthouse*
- Promosi yang di lakukan menampilkan pelayanan dari *Guesthouse*
- Pihak pengelola memberikan peta lokasi sekitar *Guesthouse*
- Pihak pengelola memberikan keterangan transportasi di lokasi *Guesthouse*
- Para pegawai di beri pelatihan dalam melayani pengunjung
- Para pegawai di biasakan dalam bertegur sapa
- Pihak pengelola menambah variasi menu sarapan

- Koki yang di pekerjakan memiliki latar belakang “*chef*”
- Para pegawai diberikan pelatihan melayani pengunjung
- Para pegawai memiliki latar belakang perhotelan atau pariwisata
- Para pegawai memiliki tingkat pendidikan minimal D3
- Para pegawai memiliki latar belakang perhotelan atau pariwisata
- Para pekerja memiliki tingkat pendidikan minimal D3
- Memberikan harga yang sesuai fasilitas yang ada
- Harga kamar yang lebih murah dari pesaing
- Pihak pengelolah menambah fasilitas seperti mesin pembuat kopi/teh
- Penambahan fasilitas hairdryer
- Bekerjasama dengan beberapa Bank yang ada di Bandung
- Para pegawai di berikan pelatihan sebagai room service
- Memiliki latar belakang pendidikan minimal SMA/Sederajat
- Para pegawai di berikan pelatihan sebagai room service
- Memiliki latar belakang pendidikan minimal SMA/Sederajat.

## 6.2 Saran

Saran yang diberikan bertujuan untuk dilakukan penelitian yang lebih baik lagi agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan *Ariandry Boutique Guesthouse* adalah :

1. Sebaiknya pihak pengelolah *Ariandry Boutique Guesthouse* melakukan perbaikan- perbaikan berdasarkan pada usulan yang telah di berikan agar dapat menambah minat pengunjung untuk memilih *Ariandry Boutique Guesthouse*.

2. Sebaiknya dilakukan penelitian tentang persaingan terhadap pesaing-pesaing lainnya agar dapat menjadi acuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan pengunjung.
3. Sebaiknya dilakukan penelitian terhadap lingkungan fisik dan fasilitas-fasilitas didalam *Ariandry Boutique Guesthouse*, agar dapat membuat konsumen semakin nyaman ketika berkunjung ke *Ariandry Boutique Guesthouse*.

