

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Gumilang Sari Bandung, sebagai berikut :

1. Pelaksanaan kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh Hotel Gumilang Sari Bandung yang dilihat dari hasil perhitungan selisih antara pelayanan yang diterima (Percieved) dan pelayanan yang diharapkan (Expected) (P-E) dari kelima dimensinya, sebagai berikut:
  - a. Dimensi bentuk fisik (tangible) sebesar  $\pm 0.427$
  - b. Dimensi kehandalan (reliability) sebesar  $\pm 0.28$
  - c. Dimensi kecepat-tanggapan (responsiveness) sebesar  $\pm 0.2075$
  - d. Dimensi jaminan (assurance) sebesar  $\pm 0.23$
  - e. Dimensi empati (emphaty) sebesar  $\pm 0.232$
2. Persentase tingkat hunian (Occupancy rate) di Hotel Gumilang Sari Bandung sejak tahun 2001 -2003 berturut-turut sebesar  $\pm 70.52$  % (2001), sebesar  $\pm 66.86$  % (2002) , sebesar  $\pm 68.32$  % (2003)
3. Hubungan antara Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Loyalitas Pelanggan ditunjukkan dengan adanya korelasi yang cukup tinggi (korelasi cukup kuat) , yaitu sebesar  $\pm 0.5681741367$ . besarnya pengaruh Kualitas

Pelayanan (Service Quality) terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Gumilang Sari Bandung adalah sebesar  $\pm 32.28218496$  % dengan tingkat signifikan 0.05

Dari uji hipotesis, terlihat bahwa  $H_1$  diterima maka berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Gumilang Sari Bandung.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel Gumilang Sari Bandung serta memperhatikan kesimpulan-kesimpulan yang telah diambil, dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Hotel Gumilang Sari Bandung hendaknya dapat lebih meningkatkan perhatiannya terhadap kualitas pelayanan kepada tamunya, karena antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan terdapat hubungan searah yang cukup tinggi (cukup kuat)
2. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Gumilang Sari Bandung adalah sebesar  $\pm 32.28218496$  %, berarti masih ada faktor lain sebesar  $\pm 67.371781504$  % yang mempengaruhi loyalitas pelanggan selain dari kualitas pelayanan seperti strategi Bauran Pemasaran yang terdiri dari 4 P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (saluran distribusi), *Promotion* (promosi) dan strategi Bauran Pemasaran Jasa yang membutuhkan 3 P tambahan yaitu *People* (orang), *Process* (proses) dan *Physical Evidence* (bukti fisik). Disarankan pengaruh-pengaruh ini dapat diteliti lebih lanjut.