BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden tentang kualitas pelayanan

   a. Tanggapan responden tentang kinerja kualitas pelayanan pada Hotel Grand Pasundan Convention Bandung dinilai kualitas pelayanan masih kurang baik, ditunjukan dengan perolehan nilai persentase keeluruhan sebesar 51,98%. Yang didasarkan pada *Tangibles* (bukti fisik) dengan kriteria cukup baik perolehan skor 1379 presentase 55,16%, *Reliability* (kehandalan) dengan kriteria kurang baik perolehan skor 461 presentase 46,1%, *Responsivness* (Daya Tanggap) dengan kriteria kurang baik perolehan skor 518 presentase 51,8%, *Assurance* (jaminan) dengan kriteria cukup baik perolehan skor 521 presentase 52,1% dan *Empathy* (empati) dengan kriteria cukup baik perolehan skor 500 presentase 52,1%. Item pertanyaan tertinggi adalah kestrategisan lokasi hotel pada variabel bukti fisik dan item pertanyaan terendah adalah kecepatan pelayanan pada variabel kehandalan. Hal ini menujukan kualitas pelayanan pada hotel yang msih kurang. Penerapan strategi yang belum terlaksana baik oleh managemen hotel.

b. Harapan responden tentang kualitas pelayanan pada Hotel Grand Pasundan Convention Bandung tentang kualitas pelayanan ditunjukan dengan perolehan nilai presentase keseluruhan sebesar 90,03%. Yang didasarkan pada *Tangibles* (bukti fisik) dengan kriteria sangat penting perolehan skor 2267 presentase 90,68%, *Reliability* (kehandalan) dengan kriteria sangat penting perolehan skor 930 presentase 93,0%, *Responsivness* (Daya Tanggap) dengan kriteria sangat penting perolehan skor 905 presentase 90,5%, *Assurance* (jaminan) dengan kriteria sangat penting perolehan skor 887 presentase 88,7% dan *Empathy* (empati) dengan kriteria sangat penting perolehan skor 863 presentase 86,3%. Item harapan responden tertinggi adalah kecepatan pelayanan pada variabel kehandalan dan item harapan terendah adalah pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen pada variabel empati. Hal ini menjujukan harapan responden yang masih sangat tinggi dan nilai sangat penting terhadap kinerja hotel agar terciptanya suatu kualitas pelayanan yang diharapkan.

c. Tanggapan kepuasan responden terhadap kinerja yang dilakukan belum sesuai dengan harapan, karena semakin besar selisih antara harapan dengan kinerja, maka semakin kecil kepuasan yang diharapkan dan sebaliknya semakin kecil selisih antara harapan dengan kinerja, maka semakin besar kepuasan yang diharapkan. Berdasarkan total kualitas pelayanan diperoleh nilai selisih antara harapan dengan kinerja, diperoleh selisih sebesar 9,70. Hal ini menunjukan bahwa kepuasan konsumen

terhadap Hotel Grand Pasundan Convention dirasa belum puas. Antara kinerja dan harapan kualitas pelayanan pada Hotel Grand Pasundan Convention di ketahui gap paling kecil ada pada indikator lokasi hotel dengan selisih 1,35 dan Gap yang tertinggi ada pada indikator kecepatan pelayanan dengan selisih 2,61.

2. Tanggapan responden tentang kepercayaan pada Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung, ditunjukan dengan perolehan nilai persentase keseluruhan sebesar 43,5%. Yang didasarkan pada *Probity* dengan kriteria kurang baik perolehan skor 652 presentase 43,5%, *Equity* dengan kriteria kurang baik perolehan skor 488 presentase 48,8%, dan *Reliability* dengan kriteria kurang baik perolehan skor 763 presentase 50,9%. Item pertanyaan tertinggi adalah kepercayaan terhadap kesesuaian janji yang diberikan perusahaan pada pelanggan yang datang pada variabel reliabilitydan item pertanyaan terendah adalah kepercayaan pada reputasi hotel pada variabel probity. Hal ini menunjukan bhawa kepercayaan responden pada Hotel Grand Pasundan Convention masih kurang.
3. Tanggapan responden tentang loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung ditunjukan dengan perolehan nilai persentase keseluruhan sebesar 47,9%. Dengan item pertanyaan tertinggi pada indikator pembelian ulang dengan skor 258 dan nilai terendah pada indikator pembelian antar lini. Hal ini menyatakan bahwa loyalitas responden pada Hotel Grand Pasundan Convention masih kurang loyal.

4. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Pasundan Convention Bandung sebesar 0,679. Dimana semakin tinggi kualitas pelayanan dan kepercayaan akan diikuti pula oleh semakin tingginya loyalitas pelanggan.

   Secara parsial hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan menunjukan korelasi positif sebesar 0,636 yang menunjukan hubungan keduanya searah, dimana semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya loyalitas pelanggan. Sedangkan korelasi kepercayaan dengan loyalitas pelayanan menunjukan korelasi yang sedang sebesar 0,457 yang menunjukan yang terjadi antar keduanya adalah searah. Dimaana semakin kurangnya kepercayaan maka akan diikuti pula oleh menurunya loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukan sebagian besar loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan dan juga dipengaruhi oleh variable-variabel yang tidak diteliti, seperti harga yang ditetapkan, promosi, citra perusahaan dan lain-lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention, diantaranya:

1. Kualitas pelanggan pada Hotel Grand Pasundan Convention yang dinilai masih kurang, variabel kehandalan masih rendah dibanding indikator yang lain dati tbukti fisik. Untuk itu manajemen harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya agar tamu yang datang menginap bisa terpuaskan dengan fasilitas serta layanan jasa yang diberikan para karyawan hotel.
2. Kepercayaan pada Hotel Grand Pasundan Convention Bandung masih sangat kurang, indikator equity masih rendah dibanding indikator yang lainnya. Untuk itu pihak hotel harus bisa membuat para pelanggan yang datang percaya dan mengembangkan system kerja terhadap tamu agar tamu percaya secara menyeluruh terhadap layanan jasa.
3. Loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Pasundan Convention Bandung menunjukan tidak loyal, indikator pembelian antar lini merupakan indikator dengan skor paling rendah dibanding idikator yang lain. Untuk itu Hotel Grand Pasundan Convention harus melakukan perbaikan untuk membuat pelanggan kebal terhadap tawaran pesaing dengan cara memberikan potongan harga bagi pelanggan yang sering datang ke Hotel Grand Pasundan Convention, kemudian dengan melakukan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi maka dapat membuat pelanggan terus ingat dengan Hotel Grand Pasundan Convention sampai dia dapat mereferensikan Hotel Grand Pasundan Convention sebagai hotel yang paling favorit di Bandung sehingga pada akhirnya mereka akan lebih kebal lagi dari tawaran hotel lainnya.
4. Dilihat dari hasil tanggapan responden mengenai kualitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention yang masih kurang, managemen harus bisa

meningkatkan lagi kualitas layanannya dan melakukan langkah-langkah pemasaran misalnya dengan tetap menjaga kepercayaan konsumen mengingat kesan kualitas yang dimunculkan hotel masih kurang. Kepercayaan yang rendah ikut terjadi karena kualitas pelayanan yang masih kurang,untuk menjadikan kualitas hotel lebih baik semua karyawan dituntut untuk menjadi pelayanan yang lebih baik lagi karena bisnis ini sangat besar, hal ini dikarenakan industri perhotelan di indonesia yang sedang berkembang dengan pesat. Sebaiknya penelitian kedepan perlu diperhatikan pada titik variabel lain yang belum diteliti, misalnya promosi, harga hotel,citra perusahaan dan lain-lain.