

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan. Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kosumen Hotel Batik berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin rata-rata berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 68%, berdasarkan tingkat usia sebagian besar responden atau 52% mempunyai usia antara 31-40 tahun, sebagian besar responden dilihat dari asal propinsi berasal dari Propinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta atau 54%, berdasarkan jenis pekerjaan responden yang menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta sebagian besar mempunyai jenis pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu sebesar 78%, berdasarkan penghasilan perbulan statistik penghasilan responden yang menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta. sebagian besar atau 75 orang (75%) responden mempunyai penghasilan lebih dari Rp. 3.000.001 per bulan. Dilihat dari banyaknya responden yang pernah menginap di Hotel Batik sebagian dari mereka bisa dikatakan sebagai pelanggan hotel Batik karena mereka sebagian besar pernah menginap di Hotel Batik sudah lebih dari tiga kali yakni sebesar 35 orang atau 35% dari total responden.

2. Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang telah terkumpul mayoritas responden yang pernah menggunakan jasa hotel Batik merasa puas. Secara terperinci adalah sebagai berikut : variabel keandalan sebesar 3,94, variabel empati sebesar 3,86, variabel jaminan sebesar 3,83, variabel bukti langsung sebesar 3,81, dan variabel daya tanggap sebesar 3,71. Rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 3,81 dengan asumsi bahwa pelayanan secara umum pada Hotel Batik II Jogjakarta memuaskan.
3. Hasil perhitungan regresi linier berganda didapatkan persamaan sebagai berikut :
$$Y = 0,117 + 0,276 X_1 + 0,176 X_2 + 0,208 X_3 + 0,153 X_4 + 0,237 X_5$$
 - a. Nilai konstanta adalah 0,117 yang menunjukkan besarnya kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa Hotel Batik Jogjakarta apabila dimensi-dimensi kualitas pelayanan sama dengan nol.
 - b. Prediktor dalam penelitian ini (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Batik Jogjakarta. Artinya jika terjadi kenaikan pada salah satu dimensi kualitas pelayanan akan mengakibatkan perubahan atau kenaikan nilai kepuasan responden dalam menggunakan jasa Hotel Batik Jogjakarta.
4. Berdasarkan analisis statistik dengan menggunakan koefisien determinasi parsial (r^2) variabel keandalan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien parsial yang terbesar yaitu 0,115 dibandingkan dengan nilai koefisien parsial pada variabel lain yaitu 0,098 untuk variabel bukti fisik (X_5),

0,073 untuk variabel jaminan, 0,069 untuk variabel ketanggapan (X_2), dan 0,068 untuk variabel empati (X_4).

B. Saran

Berdasarkan analisis pembahasan maka beberapa saran yang dapat penulis kemukakan yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh pihak manajemen hotel sebagai alternatif dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan hotel Batik Jogjakarta dalam rangka menghadapi era persaingan pada penyediaan penginapan yang semakin kompetitif saat ini yaitu :

1. Konsumen yang datang ke hotel Batik rata-rata memiliki kehidupan yang sudah mapan dimana mereka benar-benar membutuhkan tempat yang berkelas, kenyamanan dan keamanan yang terjamin, serta fasilitas yang memadai. Pihak hotel Batik senantiasa harus mengevaluasi standar pelayanan yang ditetapkan untuk mengantisipasi setiap keluhan dari pelanggan yang merasa dikecewakan oleh pelayanan yang diberikan pihak hotel.
2. Konsumen hotel Batik sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, untuk mempertahankan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* pada Hotel Batik Jogjakarta Pihak manajemen perlu selalu meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan terutama divisi yang langsung memberikan jasa pelayanan, dengan jalan melakukan atau mengikuti

training secara berkala dan pendidikan berkesinambungan baik secara formal maupun non formal

3. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, guna mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan memuaskan atau tidak, maka perusahaan perlu melakukan survei yang berkala terhadap konsumen, misal dengan menyediakan kotak saran atau dengan cara menanyakan langsung kepada konsumen yang datang ke hotel Batik Jogjakarta.
4. Pada Hotel Batik variabel yang paling dominan adalah keandalan dan yang tidak dominan adalah empati, saran yang dapat penulis kemukakan adalah selain mengadakan training bagi karyawan maupun staf perusahaan harus mampu membentuk sikap (attitude) positif karyawan dengan memberikan pemahaman akan pentingnya kepuasan konsumen, yaitu yang mampu memahami akan kebutuhan-kebutuhan konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa setelah menggunakan jasa-jasa hotel batik. Disamping itu perusahaan juga harus menyadari bahwa seluruh jajaran staf maupun karyawan Hotel Batik merupakan pelanggan internal jadi sudah selayaknya mereka memperoleh perhatian dari perusahaan selayaknya pelanggan eksternal. Pemberi jasa merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Kualitas jasa akan tergantung pada siapa yang menyampaikan jasa kepada konsumen. Faktor keadaan psikologis karyawan akan mempengaruhi suatu kualitas jasa itu sendiri, untuk itu pihak pengelola harus mampu menciptakan suasana kerja yang nyaman dan kebijakan-kebijakan yang

memberikan kepastian masa depan bagi karyawan sebagai bentuk motivasi bagi karyawan.

5. Untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pihak Hotel Batik Jogjakarta terutama pada dimensi kualitas pelayanan, perusahaan diharapkan lebih intens dalam meningkatkan kualitasnya, misal dengan melakukan peningkatan pelayanan para barisan depan sesuai dengan standar pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan.

