

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari analisis pembahasan di atas yang berhubungan dengan berbagai unsur yang mempengaruhi kualitas pelayanan sebuah hotel (jasa penginapan), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dimensi-dimensi pelayanan jasa di Hotel Luna Garuda Yogyakarta sudah mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata tingkat kepentingan setiap variabel dari tingkat tertinggi sampai dengan tingkat terendah, yaitu :

Pertama	: Variabel Responsiveness	, nilai rata-rata : 4,37
Kedua	: Variabel Reliability	, nilai rata-rata : 4,36
Ketiga	: Variabel Tangible	, nilai rata-rata : 4,32
Keempat	: Variabel Emphaty	, nilai rata-rata : 4,27
Kelima	: Variabel Assurance	, nilai rata-rata : 4,22

Dilihat dari rata-rata tingkat kepentingan diatas, maka dalam melakukan pemilihan sebuah hotel konsumen lebih mengutamakan :

- Variabel Responsiveness :

Keramaian, respon dan kesigapan untuk melayani dan membantu konsumen dengan cepat dan tanggap. ( nilai = 4,37 )

- Variabel Reliability :

Kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam melakukan layanan atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen, (nilai = 4,36 )

Dari faktor diatas dapat diasumsikan bahwa faktor kemauan dan kesigapan dalam pelayanan konsumen serta pemberian pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen adalah prioritas utama konsumen dalam memilih sebuah hotel. Suatu hal yang wajar apabila tiap-tiap elemen dari kedua variabel tersebut harus diutamakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa di Hotel Inna Garuda Yogyakarta dalam pelaksanaannya dapat dikatakan baik namun belum mencapai sangat baik. Dapat dikatakan baik apabila rata-ratanya diantara 3,50 sampai dengan 4,50 dan dikatakan sangat baik apabila rata-ratanya antara 4,50 sampai dengan 5,00. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan rata-ratanya berada diantara 3,64 sampai dengan 3,92 yaitu :

Pertama : Variabel Assurance , nilai rata-rata : 3,92

Kedua : Variabel Responsiveness , nilai rata-rata : 3,81

Ketiga : Variabel Reliability , nilai rata-rata : 3,74

Kecempat : Variabel Emphaty , nilai rata-rata : 3,72

Kelima : Variabel Tangible , nilai rata-rata : 3,64

Maka secara keseluruhan tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh hotel adalah baik.

3. Pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan jasa yang ada di Hotel Inna Garuda Yogyakarta hal ini dapat dilihat dari tabel 4.16 dimana secara keseluruhan penilaian konsumen terhadap kinerja (tingkat pelaksanaan) pelayanan Hotel Inna Garuda lebih kecil daripada harapan (tingkat kepentingan) konsumen.
4. Dalam diagram kartesius untuk masing-masing dimensi jasa dapat disimpulkan sebagai berikut :
  - **Tangible**  
Dimensi Tangible ini pada diagram kartesius terdapat pada kuadran A dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan 4,32 dan nilai rata-rata tingkat pelaksanaan 3,64, hal ini berarti bahwa fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta elemen-elemen yang ada pada dimensi ini perlu mendapatkan perhatian yang lebih dan perlu terus ditingkatkan kinerjanya.
  - **Reliability**  
Dimensi Reliability ini pada diagram kartesius terdapat pada kuadran A dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan 4,36 dan rata-rata tingkat pelaksanaan 3,74. Hal ini dapat diartikan bahwa kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam melakukan pelayanan atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen serta elemen-elemen yang ada didalamnya membutuhkan perhatian khusus dari pihak hotel agar dapat memiliki kinerja seperti dimensi lain yang akhirnya dapat memuaskan konsumen.

- Responsiveness

Dimensi ini dalam diagram kartesius terdapat pada kuadran B dengan rata-rata tingkat kepentingan 4,37 dan rata-rata tingkat pelaksanaan 3,81. Hal ini berarti bahwa kemauan, respon, dan kesigapan untuk melayani dan membantu konsumen dengan cepat dan tanggap telah memenuhi kepentingan dari konsumen dan elemen-elemen pada dimensi ini merupakan hal yang sangat penting dan sangat memuaskan sehingga perlu dipertahankan prestasinya.

- Assurance

Dimensi Assurance pada diagram kartesius terdapat pada kuadran D dengan nilai rata-rata kepentingan 4,22 dan nilai rata-rata tingkat pelaksanaan 3,92. Hal ini berarti bahwa keramahan dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dan pengetahuan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan menanamkan kepercayaan kepada konsumen sudah melebihi kepentingan konsumen dan elemen-elemen yang ada pada dimensi ini bukan merupakan hal yang penting, jadi dalam hal ini sesuatu yang dianggap berlebihan oleh konsumen.

- Emphaty

Dimensi Emphaty pada diagram kartesius terdapat pada kuadran C dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan 4,27 dan nilai rata-rata tingkat pelaksanaan 3,72. Hal ini berarti bahwa kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan, komunikasi yang baik dalam

menyampaikan informasi, perhatian dan pemahaman individual kepada konsumen hanya biasa-biasa saja bahkan mungkin kurang diperhatikan oleh pihak hotel. Dengan kata lain variabel empathy dan elemennya kurang penting yang artinya pelaksanaannya di bawah rata-rata (prioritas rendah).

Dapat ditarik kesimpulan mengenai 5 dimensi diatas, yaitu :

Bahwa hotel dengan pelayanan yang cepat & tanggap dalam melayani serta merespon kebutuhan konsumen dan didukung dengan kemampuan dalam melakukan layanan atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen merupakan hal yang sangat penting dan harus selalu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Dari pihak hotel sendiri juga perlu memberikan perhatian yang lebih terhadap kemudahan dalam pemanfaatan jasa yang ditawarkan, komunikasi yang baik dalam penyampaian informasi serta pemahaman individual kepada konsumen sehingga kepuasan & kenyamanan konsumen dapat lebih terjamin.

## 5.2 Saran

Dari pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, penulis mencoba mengemukakan beberapa saran yang mungkin saja dapat dipertimbangkan oleh pihak manajemen hotel sebagai tambahan informasi untuk melakukan upaya peningkatan mutu & kinerja hotel yang nantinya akan berguna sebagai pertahanan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, yaitu :

1. Untuk dapat mempertahankan Variabel Responsiveness maka pihak manajemen hotel hendaknya senantiasa meningkatkan kemampuan dan kesigapan para karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumen yang dalam hal ini memberikan pelayanan dan bantuan dengan cepat & tanggap dengan memberikan pelatihan dan penambahan pendidikan mengenai pelayanan agar kinerja mereka terus meningkat.
2. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka pihak manajemen hotel perlu lebih meningkatkan fasilitas yang ada di hotel, kebersihan dan kerapian hotel serta penampilan karyawan hotel. yaitu dengan memberikan pengarahan dan pengawasan yang lebih kepada divisi yang bersangkutan. Hal ini dikarenakan variabel tangible terdapat pada kuadran A yang berarti kinerja manajemen hotel dibawah harapan konsumen sehingga konsumen merasa kurang puas.
3. Pihak manajemen hotel perlu selalu meningkatkan kemampuan dan keterampilan pelayanan dengan ramah dan memuaskan.
4. Pihak manajemen hotel juga harus terus berusaha untuk meningkatkan kinerjanya yang sudah baik dimana selama ini berada diantara 3,64 – 3,92 agar dapat mencapai nilai 4,5 – 5. Peningkatan tersebut dapat ditempuh dengan jalan memberikan tambahan motivasi, bonus dan bisa juga dengan pemberian penghargaan terhadap para karyawan hotel.