

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi liner berganda di dapat kesimpulan sebagai berikut :
 - a. Layanan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan.
 - b. Layanan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi layanan pengiriman, maka semakin tinggi kualitas layanannya.
 - c. Layanan lingkungan hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kualitas layanan
2. Pada pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel yaitu layanan produk (X1), layanan pengiriman (X2) dan layanan lingkungan hidup (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 51,91. Pada tingkat signifikansi p value sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan koefisien Adjusted R Square sebesar 0,617 maka dapat diartikan bahwa 61,7% kualitas layanan dipengaruhi oleh Layanan Produk, Layanan Pengiriman, Layanan Lingkungan Hidup. Sedangkan sisanya sebesar 38,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4. Dari hasil uji korelasi parsial di dapat nilai pengaruh layanan produk terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,191 atau 19,1%. Pengaruh layanan pengiriman terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,378 atau 37,8%. Pengaruh layanan lingkungan hidup terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 0,192 atau 19,2%. Dengan demikian variabel layanan pengiriman mempunyai pengaruh paling besar terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.
5. Dari hasil perhitungan dari diagram kartesius, hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:
- a. Kuadran A (Prioritas Utama)
Atribut yang berada dalam kuadran A adalah tempat parkir hotel yang aman dan luas, ramah pada saat pemesanan, check-in dan check-out dan kebersihan, kerapian, keindahan semua publik area hotel (sarana olah raga, restoran, lobby,tempat parkir dan taman).
 - b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)
Atribut yang berada dalam kuadran B adalah interior kamar yang lengkap, nyaman, dan tertata dengan baik, bangunan hotel kokoh dan terawat baik, karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik, sopan pada saat melakukan pelayanan dan kamar hotel yang bersih.
 - c. Kuadran C (Prioritas Rendah)
Atribut yang berada dalam kuadran C adalah restaurant yang nyaman dan menu yang bervariasi, sarana olahraga yang lengkap dan nyaman, interior lobby hotel yang lengkap dan nyaman, taman yang terletak di dalam atau diluar bangun, kemudahan pada saat pemesanan, ketelitian

pada saat pemesanan, check-in/check-out, melayani dengan cepat pada saat check-in/check-out dan tatanan yang terpelihara, bersih, dan rapi.

d. Kuadran D (Terlalu Berlebih)

Atribut yang berada dalam kuadran D adalah melayani pelanggan dengan penuh perhatian, bangunan bersih dan terawat dengan baik, pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar-kamar dan koridor dan menciptakan suasana tinggal yang nyaman menyenangkan dan aman, sehat, bagi para tamu.

5.2 SARAN

Berdasarkan dari hasil analisis data diatas, penulis menyampaikan beberapa saran yang bersangkutan dengan penelitian ini kepada Hotel Neo Malioboro sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan hotel, diantaranya sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Hotel Neo Malioboro perlu meningkatkan kualitas layanan dari segi variabel layanan produk dan layanan lingkungan hidup. Segi variabel layanan produk sebaiknya Hotel Neo Malioboro meningkatkan perhatian dan kepedulian dari segi fisik Hotel Neo Malioboro, seperti Interior kamar hotel, restaurant, sarana olahraga, lobby hotel, bangunan hotel, tempat parkir dan taman hotel. Dari segi variabel layanan lingkungan hidup sebaiknya Hotel Neo Malioboro meningkatkan perhatian dan kepedulian dari penampilan dan kondisi fasilitas, perabot dan suasana dari hotel.
2. Pihak manajemen Hotel Neo Malioboro perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan pada variabel layanan pengiriman yaitu

aspek-aspek dari layanan yang melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan.

