

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan IBM SPSS versi 26, terdapat hasil pengujian antara *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* terhadap *customer satisfaction* yang menghasilkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti bahwa terdapat pernyataan yang menyatakan bahwa tingkat okupansi hotel budget atau bintang 2 yang baik adalah berkisar 60,76%. Meskipun Amaris Hotel Cimanuk Bandung mengalami tingkat penurunan rata-rata okupansi per tahunnya sebesar -4,01%, namun dengan tingkat rata-rata okupansi pada tahun 2022 hingga 2024 telah berhasil mencapai 71,46%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Amaris Hotel Cimanuk Bandung masih memiliki tingkat okupansi yang cukup baik di segmen hotel budget.
2. Pelanggan yang puas terhadap kualitas layanan yang dimiliki oleh industri perhotelan biasanya lebih setia dan rela membayar lebih banyak untuk membeli atas jasa layanan tersebut. Namun *Customer Satisfaction Index* yang dialami oleh Amaris Hotel Cimanuk tahun 2024 menunjukkan adanya penurunan indeks kepuasan sebesar -0,37% yang dihitung berdasarkan rata-rata *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada periode bulan berjalan terhadap bulan sebelumnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan kondisi ini dapat disimpulkan bahwa Amaris Hotel Cimanuk Bandung perlu meningkatkan *service quality* atau kualitas layanan demi tercapainya *customer satisfaction* atau kepuasan yang dibutuhkan oleh pelanggannya agar pelanggan dapat kembali lagi pada Amaris Hotel Cimanuk Bandung.

3. H1: *Reliability* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Sehingga pernyataan hipotesis ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat hasil yang berpengaruh positif pada variabel *Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat peneliti ambil adalah Amaris Hotel Cimanuk Bandung memberikan kemudahan dalam reservasi pemesanan hotel serta Amaris Hotel Cimanuk Bandung dapat menangani masalah yang dihadapi oleh pengunjung tamu.
4. H2: *Assurance* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Sehingga pernyataan hipotesis ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat hasil yang berpengaruh positif pada variabel *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat peneliti ambil adalah Amaris Hotel Cimanuk Bandung memiliki staf hotel yang sopan serta ramah kepada pengunjung hotel, Amaris Hotel Cimanuk Bandung menyediakan lingkungan yang aman untuk menginap, staf hotel memiliki pengetahuan untuk menjawab permintaan pengunjung hotel dan seluruh staf hotel mampu berkomunikasi yang baik dengan pengunjung hotel.
5. H3: *Tangible* tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Sehingga pernyataan hipotesis ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat hasil yang tidak berpengaruh pada variabel *Tangible* terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat peneliti ambil adalah Amaris Hotel Cimanuk Bandung dapat meningkatkan kembali terkait dengan fisik yang terdapat pada Amaris Hotel Cimanuk Bandung.
6. H4: *Empathy* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Sehingga pernyataan hipotesis ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat hasil yang berpengaruh positif pada variabel *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat peneliti ambil adalah

Amaris Hotel Cimanuk Bandung memberikan perhatian secara khusus kepada pengunjung hotel, staf hotel memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik dan staf hotel mengutamakan kepentingan terbaik kepada pengunjung hotel.

7. H5: *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Sehingga pernyataan hipotesis ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat hasil yang berpengaruh positif pada variabel *Assurance* terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat peneliti ambil adalah staf hotel siap memenuhi permintaan pelanggan hotel, staf hotel selalu bersedia membantu pelanggan hotel dan seluruh staf hotel tanggap dalam memberikan layanan.
8. Masing-masing variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam pengujian hipotesis Uji Statistik F, hasil menunjukkan bahwa bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi nya sebesar $< 0.000 < 0.05$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

5.2 Saran

Dengan adanya penelitian ini, maka peneliti berharap dapat berkontribusi yang bermanfaat bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya yang memiliki permasalahan terhadap *service quality* atau kualitas layanan. Selain itu, hasil temuan ini diharapkan dapat menjadikan sebuah pengembangan yang strategi yang lebih maju dengan berorientasi pada konsumen atau pengunjung tamu Amaris Hotel Cimanuk Bandung.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran dan rekomendasi bagi perusahaan yang memiliki permasalahan pada *service quality* atau kualitas layanan

serta bagi peneliti yang akan meneliti selanjutnya. Saran dan rekomendasi sebagai berikut.

1. Perusahaan harus melakukan riset yang mendalam mengenai kebutuhan dan juga harapan pengunjung hotel terhadap layanan yang disediakan oleh Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Sehingga perusahaan akan dapat memahami kebutuhan yang lebih baik dan industri perhotelan dapat menyesuaikan layanan untuk memenuhi ekspektasi pengunjung hotel untuk kedepannya.
2. Sebagai salah satu faktor kunci keberhasilan dalam memberikan layanan yang berkualitas, maka perusahaan pun juga harus memberikan pelatihan bagi para staf hotel, termasuk pelatihan dalam keterampilan komunikasi sehingga dapat menyelesaikan penyelesaian masalah jika terdapat masalah dan meningkatkan pelayanan yang akan diberikan kepada pengunjung tamu Amaris Hotel Cimanuk Bandung.
3. Perusahaan harus mampu untuk meningkatkan *service quality* atau kualitas layanan dengan bekerja sama dengan mitra bisnis lainnya.

Saran untuk perusahaan pada variabel *reliability* yaitu Amaris Hotel Cimanuk Bandung dapat memberikan informasi yang jelas mengenai kinerja layanan sehingga akan memperkuat reputasi hotel sebagai organisasi atau perusahaan yang profesional dan selalu berusaha untuk memenuhi ekspektasi dari pelanggan. Kedua, pada variabel *assurance* yaitu staf yang ramah dan sopan memiliki peran yang besar dalam menciptakan citra positif hotel. Hotel akan dikenal dengan memiliki pelayanan staf yang sopan dan ramah sehingga akan mudah membangun reputasi yang baik terhadap pengunjung hotel. Maka dari itu, reputasi hotel akan sangat penting karena akan bergantung pada ulasan pelanggan yang pernah menginap di Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Sehingga akan meningkatkan daya tarik hotel bagi calon pengunjung hotel. Ketiga, pada variabel *tangible* yaitu perusahaan dapat pengalokasian sumber daya yang tidak

optimal sehingga manajer perusahaan perlu mengevaluasi terkait dengan fasilitas dan juga peralatan yang mungkin tidak diperlukan oleh perusahaan. Keempat, variabel *empathy* yaitu pengalaman pengunjung yang lebih personal akan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Sehingga dengan memberikan pengalaman yang lebih terpersonalisasi, maka Amaris Hotel Cimanuk Bandung akan menciptakan hal yang positif dan tentunya akan diingat oleh pelanggan dan meningkatkan persepsi pengunjung terhadap Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Kelima, variabel *responsiveness* yaitu hotel memiliki staf yang selalu siap, maka hotel akan mendapat reputasi yang sangat baik di mata pengunjung Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Dengan adanya reputasi yang baik, maka akan memperkuat posisi hotel dalam pasar yang kompetitif mengingat Amaris Hotel merupakan hotel *budget*.

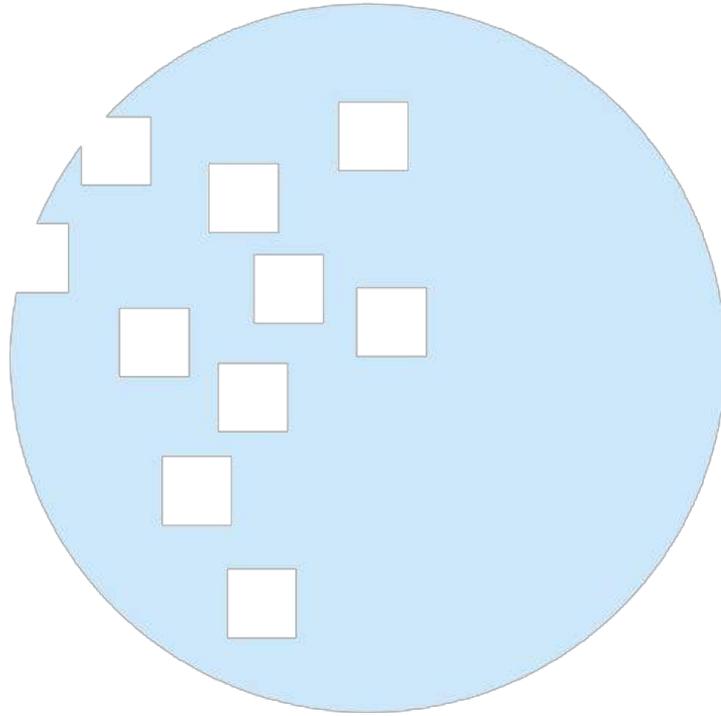
4. Perusahaan harus mampu untuk mengevaluasi secara rutin terhadap kualitas layanan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran dan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang memiliki permasalahan pada *service quality* atau kualitas layanan yang akan meneliti terkait dengan topik yang akan diangkat. Saran dan rekomendasi sebagai berikut.

1. Meneliti Amaris Hotel secara keseluruhan sehingga akan lebih mudah dalam mencari responden. Jika hanya satu area, maka membutuhkan waktu yang cukup lama dalam mendapatkan responden yang pernah menginap di Amaris Hotel pada satu area tertentu saja.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dikembangkan lebih lanjut mengenai model loyalitas pelanggan sehingga peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel - variabel yang lain agar mendapatkan

gambaran secara utuh mengenai loyalitas pelanggan dan citra perusahaan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA