

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

7.1 Simpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian, terbukti bahwa secara simultan variabel kualitas layanan, yaitu daya tanggap, kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati mempengaruhi kepuasan pelanggan Surabaya Plaza Hotel, sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Hasil dari perhitungan uji F, diperoleh nilai $F_{hitung} (86,217) > F_{tabel} (2,21)$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut dapat terjadi karena secara bersama-sama kualitas layanan merupakan faktor penting dalam industri jasa, terutama hotel. Seperti yang telah diutarakan oleh Lovelock dan Wirtz (2007:371) bahwa kualitas layanan sangat menentukan kepuasan. Kualitas layanan baik maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi.
2. Berdasarkan hasil penelitian, terbukti bahwa secara parsial variabel kualitas layanan, yaitu daya tanggap, kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati mempengaruhi kepuasan pelanggan Surabaya Plaza Hotel. Perhitungan uji parsial (uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dari nilai tersebut berarti H_0 ditolak sehingga H_a diterima. Hal ini berarti sesuai dengan teori Lovelock dan Wirtz (2007:77) bahwa variabel kualitas layanan secara parsial merupakan dimensi paling penting dalam industri *hospitality* karena dapat meningkatkan nilai tambah ekstra kepada pelanggan.
3. Variabel yang dominan adalah jaminan karena nilai koefisien regresi untuk variabel jaminan adalah sebesar 0,373, sehingga menempatkan variabel

jaminan sebagai variabel dominan dalam variabel kualitas layanan yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel jaminan sebesar satu maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 37% dengan asumsi variabel bebas yang lain adalah tetap. Berdasarkan data, kriteria tujuan kunjungan dengan persentase terbesar adalah keperluan bisnis, dimana sebagian besar waktu yang digunakan adalah beraktivitas dengan keperluan bisnisnya, sehingga kebanyakan dari mereka memanfaatkan tinggal mereka di hotel untuk beristirahat, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa yang paling dibutuhkan adalah jaminan kenyamanan bagi para pelanggan adalah yang paling penting.

7.2 Saran

1. Agar jaminan kenyamanan dapat terus ditingkatkan, maka perlu disediakan fasilitas penunjang untuk kepentingan bisnis, misalnya jaringan internet nirkabel / *Wi-Fi* dengan memperbanyak *hot spot area*. Saat ini memang sudah ada *hot spot area*, namun masih terbatas pada beberapa area saja. Apabila memungkinkan perlu disediakan juga fasilitas *free Wi-Fi* agar dapat digunakan oleh pelanggan untuk memperlancar urusan bisnis mereka.
2. Untuk selalu meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan, kualitas sumber daya manusia perlu selalu ditingkatkan. Hal ini penting karena dengan sumber daya manusia yang terlatih merupakan *competitive advantage* yang sulit ditiru oleh pesaing. Oleh karenanya perlu diadakan pelatihan atau *sharing knowledge* secara rutin untuk seluruh level karyawan (staf, supervisor, manajer).

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Algifari, 2000, *Analisis Regresi – Teori, Kasus dan Solusi*, edisi 2, Yogyakarta, BPFE
- Aritonang, Lerbin, 2005. *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Badan Pusat Statistik, (online)
([www.bps.go.id/Press Releases Gross Domestic Product.htm](http://www.bps.go.id/Press_Releases_Gross_Domestic_Product.htm), diakses 3 Maret 2008, pukul 14 .32 wib).
([www.bps.go.id/Press Releases Tourism and National Transports Press Releases.htm](http://www.bps.go.id/Press_Releases_Tourism_and_National_Transports_Press_Releases.htm), diakses 3 Maret 2008, pukul 15.12 wib).
- Bisnis.com (online)
([www.bisnis.com/616 Kamar Baru di Surabaya Ramaikan Persaingan Sektor Perhotelan.htm](http://www.bisnis.com/616_Kamar_Baru_di_Surabaya_Ramaikan_Persaingan_Sektor_Perhotelan.htm), diakses 3 Maret 2008 pukul 15.15 wib)
- Brymer , R. A, 1995. *Hospitality Management: An introduction to the industry*, 7th ed. Iowa, Kendall/Hunt Publishing Company.
- Chase, Aquilano and Jacobs, 2006. *Operation Management: for Competitive Advantage with Global Cases*, 11th edition, New York, McGraw Hill International.
- Champion, Dean J., 1981. *Basic Statistics for Social Research*, 2nd Ed. New York, Macmillan Publishing
- Cooper, Donald R and Schindler, Pamela. 2003. *Business Research Methods* 8th edition, New York, McGraw Hill International.
- Cooper, Emory, 1995. *Business Research Method*, 6th Ed. Singapore, McGraw Hill
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (online)
(www.budpar.go.id/statistik.html, diakses 16 Desember 2007, pukul 12.34 wib)
- Djarwanto, Subagyo, 1996. *Statistik Non Parametrik*, Yogyakarta, BPFE - UGM
- Doyle, Peter, 2000. *Value Based Marketing – Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value*, Los Angeles, John Wiley & Sons, Ltd.
- Ferdinand, Augusty, 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, edisi I, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Groonros, 2000. *Hospitality Services and Social Relationshi*, New York, McGraw-Hill

- Gwinner, Gremler and Bitner, 1998. Relational Benefits in Services Industries : The Customer's Perspective, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 no.2 : pp.101-102
- Hawkins, Del, I, Roger J. Best., and Kenneth A. Coney, 2004. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*, International Editions, New York, McGraw-Hill
- Heskett, Sasser and Schlesinger, 1997. *The Service Profit Chain*, New York Free Press
- Huizenga School of Business and Entrepreneurship (online)
(www.huizenga.nova.edu/presentations/CVch5slides.ppt, diakses 1 Desember 2007, pukul 15.34 wib)
- Jones de Salle Hotels (online)
(www.joneslasallehotels.com, diakses 16 Desember 2007, pukul 13.24 wib)
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2006. *Marketing Management 12th Edition*, New York, Pearson International Edition
- Kotler, Philip; Bowen, John; Makens, James, 2004. *Marketing for Hospitality and Tourism 4th Edition*, New York, Pearson International Edition.
- Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen, 2007. *Service Marketing: People, Technology, Strategy, 6th edition*, New York, Pearson International Edition
- Makridakis, 1995. *Metode dan Aplikasi Peramalan, Jilid 1 edisi kedua*. Jakarta, Penerbit Erlangga
- Malhotra, Naresh K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey, Prentice Hall, inc.
- Oliver, R. L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Parasuraman, 2005. *New Tools for Measuring Service Quality*, Washington, DC, University of Miami,
(www.libqual.org/documents/admin/ARL_Workshop_Washington_11-4-2005.ppt, diakses 10 November 2007, pukul 21.43 wib)
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, 1988. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality , *Journal of Retailing* 64 : pp.12-13
- Pemerintah Propinsi Jawa Timur (online)
(www.jatim.go.id/info_layan.php, diakses 20 November 2007, pukul 13.12 wib)
- Reichheld, Frederick and Aspinall, Keith, 1994. Building High Loyalty Business Svstems. *Journal of Retail Banking* 21 : pp. 29-32

- Rust, R.T; Oliver, R.L., 1994. *Service quality: insights and managerial implications from the frontier*. London, Sage Publications.
- Sugiyono, 2006. *Statistika untuk Penelitian, edisi ke 9*, Bandung, Alfabeta
- Suliyanto, 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi*, Bogor, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Soepangkat, Bobby Oedy, dkk. 2004. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Karyawan Terhadap Lingkup Kerjanya dan Kepuasan Tamu Hotel XYZ. *Jurnal Teknobisnis, Volume 1, Nomor 1, Juli 2004 : hal. 85 – 93*
- Suhartanto, Dwi, 2002. Kepuasan Pelanggan: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen di Industri Perhotelan, *Jurnal Usahawan No.07 Th XXX / Juli 2002 : hal. 42 – 47*
- Suliyanto, 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor, Penerbit Ghalia
- Webster dictionary (online)
([www.webster-onlinedictionary](http://www.webster-onlinedictionary.com), diakses 15 Januari 2008, pukul 13.26 wib)
- Wikipedia dictionary (online)
(www.wikipedia.org, diakses 15 Januari 2008, pukul 13.21 wib)
- Yoeti, Oka A, 2004. *Strategi Pemasaran Hotel*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Zeithaml, Valarie; Bitner, Mary Jo; Gremler, Dwayne, 2004. *Services Marketing*, 4th ed. New York, McGraw Hill,