

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif mengenai analisis *purchase and service encounter cost* di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung terhadap kepuasan tamu dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Secara umum tanggapan tamu individu yang menginap mengenai analisis *purchase and service encounter cost* di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung yang terdiri dari *money, time, physical effort, psychological burdens*, dan *sensory burdens* baik yang dirasakan oleh tamu individu maupun yang di harapkan tamu individu memiliki penilaian yang berbeda-beda. Setiap tamu memiliki pendapat yang berbeda dengan apa yang dirasakan maupun yang diharapkan karena keperluan yang diharapkan setiap tamu individu yang satu dengan tamu individu yang lainnya berbeda. Penilaian tamu individu yang menginap di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung mengenai analisis *purchase and service encounter cost*, yang memperoleh penilaian paling tinggi yaitu pada *sensory burdens*. Hal ini dikarenakan sub variabel *sensory burdens* merupakan hal mendasar untuk mengetahui bahwa tamu individu akan merasa nyaman apabila di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung memiliki beban sensori yang dikeluarkan sangat kecil, baik yang bisa dirasakan oleh panca indera seperti halnya yang dapat dirasakan oleh kulit, mata, lidah dan hidung maupun suasana yang ada di Grand

Pasundan *Convention* Hotel Bandung. Ukuran dari sub variabel analisis *sensory burdens* yaitu hawa yang dirasakan saat menuju hotel, kenyamanan hawa yang dirasakan di area hotel, kebersihan air yang dirasakan saat berada di hotel, keindahan ruangan hotel yang dipandang oleh mata, temperatur atau suhu ruangan yang dirasakan oleh badan saat berada di hotel dan kenikmatan makanan maupun minuman yang dirasakan oleh lidah. Hal tersebut membuktikan bahwa tamu individu yang menginap di Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung merasa nyaman dengan beban sensori.

2. Penilaian kepuasan yang dirasakan oleh tamu individu yang menginap di Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung terhadap analisis *purchase and service encounter cost*, dengan cara membandingkan penilaian yang dirasakan dengan yang diharapkan oleh tamu individu terhadap *purchase and service encounter cost*. Kepuasan tamu individu yang menginap terdiri dari empat sub variabel yaitu kepuasan terhadap *money, time, physical effort, psychological burdens* dan *sensory burdens*. Kepuasan tamu terhadap *sensory burdens* memiliki penilaian paling tinggi oleh tamu individu yang menginap di Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung tetapi nilai harapan melebihi nilai kenyataan sehingga tamu individu tidak puas.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa analisis *purchase and service encounter cost* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu. Sedangkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa analisis *purchase and service encounter cost* yang terdiri dari *money, time, physical effort, psychological burdens*, dan

sensory burdens tidak semua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu. Sub variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu yaitu pada sub variabel *money*, *time*, dan *physical effort*. *Time* memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan tamu dibandingkan dengan *money*, dan *physical effort*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Analisis *purchase and service encounter cost* terbukti dapat mempengaruhi kepuasan tamu dan juga dapat mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan tamu individu yang menginap di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung merasa puas maupun tidak puas. Sub variabel analisis *purchase and service encounter cost* yang memiliki penilaian yang dirasakan lebih rendah dibanding dengan sub variabel *money*, *time*, *psychological burdens* dan *sensory burden* yaitu *physical effort* yang harus menjadi prioritas utama. Oleh karena itu dalam ukuran yang ada pada *physical effort* harus mempunyai prioritas diutamakan dalam upaya menentukan strategi supaya kepuasan tamu individu yang menginap di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung dapat meningkat.
2. Secara keseluruhan, tamu individu yang menginap di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung merasa tidak puas karena hasil dari analisis *purchase and service encounter cost* yang dilakukan mengetahui bahwa kepuasan tamu individu yang menginap di Grand pasundan Convention Hotel Bandung rendah karena nilai harapan tamu individu yang menginap

lebih besar dibandingkan dengan nilai yang dirasakan oleh tamu individu yang menginap.

3. Saran penulis untuk dapat meningkatkan kepuasan tamu individu yang menginap di Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung adalah dengan meningkatkan *physical effort* supaya beban *physical effort* rendah tidak tinggi, salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan yang sigap supaya tamu individu yang menginap tidak mengeluarkan beban fisik yang besar, selain itu pihak hotel harus mempermudah tamu individu yang menginap dalam menggunakan fasilitas maupun memberikan informasi yang jelas dalam menggunakan fasilitas yang ada di Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung, dan pihak Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung juga harus menjalin hubungan yang baik dengan tamu individu dengan cara memberikan keistimewaan bagi setiap individu yang menginap di Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung sehingga tamu akan merasa bahwa pihak hotel selalu memperhatikan keinginan tamu.
4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan dalam menganalisis kepuasan tamu hanya dilakukan pada tamu individu yang menginap yaitu pada individu, para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup keseluruhan analisis untuk melihat kepuasan tamu. Selain itu para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup dan memberikan program maupun strategi yang dilakukan pihak Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung untuk dapat bersaing dengan hotel yang ada di Kota Bandung dan memberikan kepuasan pada setiap tamu wisatawan bahkan dapat membuat setiap

tamu yang telah puas terhadap produk dan jasa yang diberikan maka akan terjadinya tamu individu yang memiliki loyalitas terhadap Grand Pasundan *Convention* Hotel Bandung.

