

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang kualitas pelayanan *front office departement* dan loyalitas pelanggan di The Green Forest Resort, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *front office departement* di The Green Forest Resort dinilai cukup baik oleh para konsumen yang menginap di The Green Forest Resort. Dimana perolehan skor rata-rata kualitas pelayanan *front office departement* yang diberikan oleh konsumen adalah 3,3 (cukup baik). Sedangkan perolehan skor rata-rata setiap dimensi kualitas pelayanan *front office departement* besarnya hampir sama yaitu *tangible* 3,4 (cukup baik), *emphaty* 3,5 (baik), *responsiveness* 3,2 (cukup baik), *reliability* 3,3 (cukup baik), *assurance* 3,3 (cukup baik).
2. Secara keseluruhan kondisi loyalitas pelanggan di The Green Forest Resort termasuk dalam kategori cukup baik, hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan total nilai rata-rata yaitu 3,1. Dan berdasarkan hasil jawaban responden berdasarkan jumlah kunjungan, hampir setengahnya (28%) merupakan pengalamannya yang kedua mengunjungi The Green Forest Resort, sedangkan sebagian besarnya (52%) adalah *first time customer* (konsumen yang baru pertama kali menggunakan produk atau jasa). Maka pelanggan yang loyal berjumlah 21 orang (28%) dari 75

responden, pelanggan dikatakan loyal apabila telah melakukan pembelian produk atau jasa sebanyak dua kali atau lebih (*Repeat customer*).

3. Berdasarkan hasil analisis regresi bahwa variabel kualitas pelayanan *front office* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan konsumen The Green Forest Resort. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis (H_a) yaitu terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan *front office departement* dengan loyalitas pelanggan di The Green Forest Resort dapat diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, pengaruh kualitas pelayanan sebesar 0,148 terhadap loyalitas pelanggan. Hasilnya adalah r^2 (koefisien korelasi determinasi) sebesar 41,60% yang menunjukkan bahwa variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan *front office departement* sebesar 41,60%, sedangkan sisanya sebesar 58,40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya harga, fasilitas fisik, dan promosi.

B. Rekomendasi

Adapun rekomendasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan The Green Forest Resort yaitu agar terus melakukan upaya-upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan *front office departement*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Rekomendasi terhadap Kualitas Pelayanan

- a. Kualitas pelayanan *front office departement* pada dimensi bukti fisik (*tangible*) yang ada di bagian *front office*, terutama pada tingkat

kecepatan karyawan *front office* dalam melayani konsumen karena memiliki rata-rata nilai yang paling rendah yaitu 2,7. Untuk dapat meningkatkan pelayanan pada aspek *responsiveness* Pihak The Green Forest Resort dapat melakukan pelatihan bagi karyawan *front office* untuk mengembangkan dan melatih karyawan, agar lebih terampil dalam melayani serta dapat mempercepat pelayanan. Hal lain yang dapat dilakukan yaitu dengan menciptakan pelayanan yang terpadu (*one-stop-shopping*), penyederhanaan birokrasi, serta mengurangi pemusatan keputusan.

- b. Kualitas pelayanan *front office departement* pada dimensi kepedulian (*emphaty*), terutama pada item perhatian karyawan terhadap kebutuhan tamu memperoleh nilai yang rendah yaitu 2,8. Pengelola The Green Forest Resort sebaiknya menciptakan sistem dan prosedur pelayanan yang menghargai konsumen, dengan meningkatkan keberpihakan pada konsumen. Selain itu dengan memperjelas pihak yang bertanggung jawab dalam setiap kegiatan, serta meningkatkan efektifitas komunikasi dengan pelanggan agar dapat mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Yang terakhir yaitu dengan membuat sistem informasi manajemen yang terintegrasi, dimasa sangat dibutuhkan oleh bagian *front office* dalam mengkoordinasikan setiap departement dalam melayani pelanggan secara keseluruhan.

2. Rekomendasi Bagi Loyalitas Pelanggan

Pada pengukuran loyalitas pelanggan dalam dimensi *retention* memperoleh nilai rata-rata terendah yaitu 2,8 (cukup baik). Hal itu berarti pelanggan The Green Forest Resort masih dapat terpengaruh penawaran pihak lain, maka hendaknya The Green Forest Resort menyusun strategi agar pelanggan berpindah pada pihak lain, yaitu dengan cara menyediakan pelayanan fisik yang dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Selain itu dengan membangun hubungan baik dan membangun komunikasi dengan pelanggan, misalnya secara bekal karyawan *front office* membuat pertanyaan-pertanyaan seputar produk yang digunakan pelanggan sehingga pihak resort dapat memperbaiki kekurangan pada produk atau fasilitas fisik yang disediakan pihak The Green Forest Resort. Cara lainnya yaitu dengan mengorganisir pelanggan kedalam kelompok keanggotaan atau klub yang mendorong konsumen melakukan pembelian ulang dan meningkatkan loyalitas pelanggan.