BAB V
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap niat perilaku tamu *upscale hotels* di Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian deskriptif dan verifikatif analisis data menggunakan SEM-PLS dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya. Maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel *servicescape* (X) yaitu sebesar 8.170 yang dinyatakan berada pada kategori baik. Penilaian tamu terhadap *servicescape* yang dilihat dari deskripsi tiga dimensi yaitu *ambient factor, design factor,* dan *social factor* pada *upscale hotels* sudah baik. Hal ini berarti bahwa *servicescape* dapat menjadi penilaian bagi tamu untuk mendapatkan kenyamanan selama mereka menginap. Pada variabel niat perilaku (Y) yaitu sebesar 4.461 yang dinyatakan berada pada kategori baik. Hal ini dapat menunjukkan bahwa tamu berniat untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain, berniat untuk menginap kembali di *upscale hotel,* menjadikan hotel sebagai pilihan nomor satu untuk menginap, hanya memberikan informasi positif mengenai *upscale hotel*, serta menerima kekurangan atau kesalahan layanan atau produk yang diberikan hotel.
2. *Ambient factor* terbukti memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku dibuktikan dengan hasil koefisien jalur sebesar 0.063, nilai *p-values* 0,398 > 0,05 dan nilai *t-statistic* sebesar 0,846 < 1,96. Elemen tidak terwujud dan hanya dapat dirasakan seperti suhu, aroma dan pencahayaan umumnya tidak disadari oleh tamu secara langsung. Tamu hanya dapat menerima begitu saja tanpa menganggapnya hal yang istimewa, sehingga akan sulit untuk mendorong tamu mengubah niat perilaku mereka di *upscale hotels* Kota Bandung.
3. *Design factor* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dibukttikan dengan hasil koefisien jalur sebesar 0.378, nilai *p-values*

Zahra Renindya Mardia Utama, 2023
PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP NIAT PERILAKU TAMU UPSCALE HOTELS DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

0,000 < 0,05 dan nilai *t-statistic* sebesar 3,744 > 1,96. Faktor desain seperti faktor fungsional, dan estetika memiliki pengaruh yang besar dikarenakan elemen tersebut dapat menarik perhatian tamu selama berada lingkungan layanan. Desain bangunan, interior dan tata ruang dalam area hotel yang tidak dapat dengan mudah diubah, sehingga tamu dapat lebih mudah menilai dan menerima lingkungan layanan yang diberikan dan mendorong tamu untuk menentukan niat perilaku di masa yang akan datang pada *upscale hotels* di Kota Bandung.

4. *Social factor* terbukti memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku dibuktikan dengan hasil koefisien jalur sebesar 0.125, nilai *p-values* 0,175 > 0,05 dan nilai *t-statistic* sebesar 1,358 < 1,96. Hal ini dikarenakan, pelayanan yang diberikan kepada tamu hotel sudah sesuai dengan standar pelayanan hotel yaitu untuk memperhatikan dan melayani tamu dengan baik. Hal tersebut sudah menjadi harapan atau ekspektasi tamu ketika mereka menginap di suatu hotel. Sehingga, akan sulit bagi tamu untuk mengubah niat perilaku mereka jika mereka tidak merasakan keadaan emosional yang ekstrim selama menginap di *upscale hotels* Kota Bandung.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait pengaruh s*ervicescape* terhadap niat perilaku tamu *upscale hotels* di Kota Bandung, dapat diperoleh beberapa implikasi yang peneliti dapat berikan yaitu sebagai berkut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat perilaku dipengaruhi oleh *servicescape. Servicescape* yang ada pada *upscale hotels* di Kota Bandung masih perlu diperbaiki. Dalam hal ini terdapat aspek yang perlu diperbaiki yaitu *ambient factor* dan *social factor*, serta terus memperhatikan *design factor* pada lingkungan layanan *upscale hotels* tersebut. Adapun niat perilaku tamu masih perlu ditingkatkan dengan terus memperhatikan layanan terbaik yang diberikan baik secara *visual* maupun *non-visual*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan niat perilaku tamu secara positif yang diharapkan dapat menguntungkan bagi pihak *upscale hotels* di Kota Bandung.

2. Terkait *ambient factor*, manajemen hotel dapat melakukan perubahan aksesibilitas suhu, aroma, dan pencahayaan yang baik khususnya dalam meningkatkan niat perilaku tingkat tinggi. Meskipun secara umum tamu tidak menyadari secara langsung faktor lingkungan yang ada di sekitar lingkungan layanan. Namun hal tersebut juga tetap dapat menjadi suatu penilaian bagi tamu dan menjadi penentu bagi tamu dalam berperilaku.
3. Terkait *design factor*, manajemen hotel perlu meningkatkan design pada hotel agar komponen *servicescape* dapat lebih menarik. Penting bagi bisnis hotel untuk mendesain atau menata bangunan mereka dengan cara modis atau berbeda dari hotel lain dengan mempertahankan konsep layanan lingkungan berkualitas tinggi. Kebersihan pada area hotel juga menjadi penilaian yang penting bagi tamu untuk menentukan niat perilaku mereka selama menginap di hotel tersebut.
4. Terkait *social factor*, manajemen hotel dapat meningkatkan strategi sumber daya manusia yang layak, jumlah staf yang tepat harus dialokasikan ketika tamu membutuhkan layanan, serta melakukan program pelatihan layanan terbaik kepada karyawan hotel untuk meningkatkan penampilan dan perilaku mereka. Ketika pelayanan yang diberikan karyawan hotel sudah memenuhi bahkan melebihi ekspektasi tamu maka dapat memungkinkan munculnya niat perilaku tamu.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam Penelitian ini masih memiliki keterbatasan tertentu yaitu peneliti kesulitan dalam memperoleh data jumlah tamu yang menginap pada masing-masing hotel serta data jumlah *upscale hotels* atau hotel bintang 4 yang ada di kota Bandung dikarenakan keterbatasan data yang ada. Selain itu, penelitian ini hanya meneliti dan mengukur pengaruh dimensi *servicescape* terhadap niat perilaku di *upscale hotels* Kota Bandung.