

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

1.1. Simpulan

Berdasarkan hasil akhir dari penelitian ini yang mengidentifikasi bentuk kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan di hotel bintang 5 Kota Bandung menghasilkan beberapa temuan yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengalaman pelanggan dibedakan menjadi 2 yaitu kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan pelanggan. *Hotel x* dan *Hotel y* merupakan salah satu hotel bintang 5 di Kota Bandung di mana pelanggannya memiliki pengalaman baik kepuasan hingga ketidakpuasan berdasarkan *online review* di TripAdvisor. Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan memiliki presentase 82% yang lebih unggul dibandingkan dengan ketidakpuasan pelanggan hanya 18%. Pada kepuasan pelanggan, mereka menyatakan berbagai atribut hotel sebagai bentuk atas kepuasan yang diperoleh dan dikategorikan menjadi 12 atribut bentuk kepuasan pelanggan. Sedangkan sebagai bentuk ketidakpuasan pelanggan dikategorikan sebanyak 13 atribut.
2. Atribut yang paling banyak dibicarakan oleh pelanggan yang menjadi bentuk kepuasan pelanggan adalah atribut terhadap pelayanan (*service*) dengan presentase 20%, Hal yang menjadi bentuk kepuasan pelanggan terhadap atribut pelayanan di antaranya perilaku staf yang ramah, membantu, profesional, dan cekatan. Proses *check-in* dan *check-out* yang efisien, gratis peningkatan tipe kamar, dan mendapatkan *complimentary* (kue ulang tahun, *honeymoon*) salah satu bentuk kepuasan terhadap pelayanan.
3. Hal yang sering dikeluhkan pelanggan atau atribut yang menjadi bentuk ketidakpuasan pelanggan yang perlu ditingkatkan yaitu atribut terhadap kamar. Mereka mengeluhkan terkait luas kamar, tidak tersedia pilihan kamar bebas merokok, kamar yang berisik atau tidak kedap suara, serta fasilitas baik di area tidur atau kamar mandi tidak lengkap dan tidak berfungsi dengan baik. hotel bintang 5 umumnya dianggap sebagai hotel mewah dengan standar pelayanan dan fasilitas yang tinggi, maka hotel dengan peringkat bintang 5 dipilih oleh

pelanggan yang memiliki ekspektasi lebih tinggi dibanding hotel bintang lainnya. Dengan kualitas yang diberikan hotel bintang 5 banyak yang merasa puas hingga merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain, namun hotel bintang 5 pun dapat mengalami bentuk ketidakpuasan, *word of mouth* yang negatif atau keluhan-keluhan yang muncul dari pelanggan dengan kualitas hotel bintang 5 tidak sesuai harapan pelanggan.

5.2. Implikasi

Dari hasil analisis dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan implikasi terhadap bidang studi manajemen pemasaran pariwisata, terutama perhotelan baik secara praktisi maupun teoritis. Sehubungan dengan hal ini, maka berikut implikasi dari hasil akhir pada penelitian ini adalah antara lain:

a. Implikasi dari segi teoritis

Secara segi teoritis, temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan atau wawasan baru mengenai atribut hotel secara komprehensif bagi peneliti maupun pembaca, sebagai sumber referensi dan menjadi dasar pengembangan literatur bidang ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata yang bersangkutan dengan pengalaman pelanggan.

b. Implikasi dari segi praktis

Secara segi praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan, dan pengetahuan mengenai atribut – atribut penting yang menjadi bentuk kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dalam bidang pemasaran pariwisata atau industri perhotelan.

5.3. Rekomendasi

Pada penelitian ini selain dari implikasi yang ditemukan, juga memiliki beberapa rekomendasi bagi pengelola hotel, mahasiswa, dan peneliti selanjutnya dengan berikut beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan yaitu:

a. Bagi Pengelola Hotel

Hotel x dan *Hotel y* sebagai hotel bintang 5 di Kota Bandung dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan disarankan terkait kebersihan kamar, pastikan bahwa tim *housekeeping* melakukan pemeriksaan yang lebih cermat dan rutin, memperbaiki tempat tidur atau mengganti kasur yang sudah tidak nyaman, menawarkan layanan tambahan di mana tamu dapat memilih bantal dan selimut

sesuai preferensi mereka, memperbaiki fasilitas atau sediakan fasilitas tambahan di kamar dan kamar mandi, memperbaiki desain dengan warna yang lebih menenangkan, cek secara berkala pada pengatur suhu agar mudah diatur sesuai kebutuhan. Selain itu pun, penting adanya *feedback* dari setiap ulasan yang pelanggan berikan agar mereka merasa diperhatikan dan menjadi salah satu faktor dari keputusan pembelian calon pelanggan karena manajemen hotel menerima pujian, saran, dan kritik dari setiap pelanggan. Beberapa saran tersebut dapat diterapkan guna menciptakan pengalaman yang memuaskan sehingga dapat mengurangi ketidakpuasan yang pernah terjadi sebelumnya.

b. Bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya

Penelitian ini bersumber pada TripAdvisor sehingga memungkinkan perubahan dari waktu ke waktu yang belum tentu mencerminkan hotel untuk saat ini. Maka dari itu, penting untuk memperoleh ulasan tekstual terbaru yang relevan untuk mengidentifikasi atribut hotel sebagai bentuk kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan pada periode berikutnya. Keterbatasan pada penelitian ini pun hanya menggunakan 2 hotel sebagai sampel yang termasuk kategori hotel bintang 5 di Kota Bandung. Sehingga dapat dilakukan penelitian pada seluruh hotel yang termasuk klasifikasi hotel bintang 5 di Kota Bandung di masa mendatang guna memperluas penelitian dalam mengidentifikasi pengalaman pelanggan menggunakan sampel lebih dari 2 hotel.