

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif *service encounter* terhadap loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara umum gambaran umum *service encounter* di Gumilang Regency Hotel terdiri dari indikator *recovery*, *adaptability*, *spontanety*, dan *coping* yang telah dilaksanakan dengan cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service encounter* memiliki pengaruh 29% terhadap loyalitas pelanggan Gumilang Regency Hotel. Pengaruh tersebut memang tergolong kecil, dan pengaruh lainnya kemungkinan besar ada pada faktor-faktor lain seperti lokasi, harga, dan produk yang tidak diteliti oleh penulis. Adapun penilaian pelanggan paling tinggi dan memiliki kontribusi yang besar terhadap *service encounter* terdapat pada indikator *spontanety* yaitu cara karyawan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa harus diminta. Sedangkan *coping* sikap dan cara karyawan dalam menanggapi keluhan tamu memiliki penilaian paling rendah dari pelanggan Gumilang Regency Hotel.
2. Secara umum gambaran loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel cukup tinggi. Penilaian loyalitas pelanggan ini dinilai dari beberapa indikator yaitu melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Jawaban responden menunjukkan hasil bahwa indikator dengan penilaian tertinggi dan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas ialah menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan lebih

memilih menggunakan Gumilang Regency Hotel dibandingkan perusahaan pesaing. Penilaian positif atas pengalamannya selama mengkonsumsi jasa membuat pelanggan kembali melakukan pembelian pada Gumilang Regency Hotel dan cukup kuat atas penawaran dari perusahaan lain. Indikator kedua dengan penilaian tinggi ialah melakukan pembelian berulang secara teratur. Indikator ketiga yang memiliki penilaian cukup tinggi ialah mereferensikan kepada orang lain, disini pelanggan jasa Gumilang Regency Hotel telah menciptakan *word of mouth* yang positif. Terakhir ialah indikator dengan penilaian paling rendah yaitu membeli antarlini produk dan jasa, penilaian pelanggan dalam indikator ini memiliki kontribusi yang kurang terhadap peningkatan loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *service encounter* yang terdiri dari *recovery*, *adaptability*, *spontanety* dan *coping* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel. Pengaruh tertinggi terdapat pada sub-variabel *spontanety*. Namun secara parsial sub-variabel *adaptability* dan *coping* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Gumilang Regency Hotel, Berikut adalah rekomendasi yang diajaukan:

1. Pelaksanaan *Service Encounter* terbukti berpengaruh untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Gumilang Regency Hotel. Oleh karena itu pihak Gumilang Regency Hotel harus meningkatkan kualitas pelayanan secara prima saat interaksi berlangsung dengan pelanggan, dilakukan dengan mengoptimalkan unsur-unsur yang terdapat pada *service encounter*. Pihak manajemen perusahaan diharapkan mampu

memberikan pemahaman lebih kepada karyawan *frontline* mengenai pentingnya *service encounter*. Selain itu untuk menjaga pelanggan agar tetap loyal, perusahaan sebaiknya membuat strategi dalam mengembangkan pelayanan yang inovatif khusus untuk pelanggan yang loyal, sehingga pelanggan merasa lebih puas dan berpikir kembali untuk berpindah pada perusahaan pesaing.

2. Secara keseluruhan, pelanggan Gumilang Regency Hotel memiliki tanggapan yang baik mengenai *service encounter* terutama kemampuan karyawan dalam indikator *spontaneity*, hal ini harus dipertahankan. Sisi lain yang harus diperhatikan ialah kualitas internal perusahaan karena pelayanan yang baik tentu dihasilkan dari kualitas internal yang baik pula. Perusahaan memotivasi dan memberikan fasilitas bagi karyawan dalam rangka memberikan kinerja yang maksimal dan menghasilkan pelayanan yang berkualitas.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator *coping* memiliki penilaian paling rendah. Agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan jasa di Gumilang Regency Hotel, maka penulis memberikan rekomendasi untuk meningkatkan indikator *coping*. Salah satunya dengan cara memberikan pelatihan setiap minggunya untuk dapat memberikan motivasi kepada karyawannya dalam memperlakukan tamu dengan baik, terutama pada saat ada hal-hal yang tidak bisa terpenuhi oleh karyawan.
4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu pula dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan dalam menganalisis loyalitas pelanggan hanya dilihat dari pengaruh kualitas saat pertemuan jasa berlangsung. Sebagai bahan rekomendasi, untuk para peneliti selanjutnya dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Gumilang Regency Hotel dapat melakukan penelitian yang mencakup beberapa strategi dalam pemasaran jasa, salah satunya yang berkaitan dengan strategi *brand positioning* yang dilakukan Gumilang Regency Hotel.