

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan regresi linear sederhana antar *service excellenc* terhadap *customer delight* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran dari pelaksanaan *service excellenc* di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali dapat dilihat dari masing-masing indikatornya yang terdiri dari *delivering the promise, providing a personal touch, going an extra mile, dan dealing well with problem and requires* mendapat penilaian yang cukup tinggi dari tamu SIP *member* yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali. Selain itu jika dilihat dari hasil garis kontinum, *service excellenc* berada pada kategori cukup tinggi. Hal tersebut merupakan bukti bahwa Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali telah cukup berhasil dalam memberikan *service excellenc* kepada tamu SIP *member*. Untuk penilaian tertinggi berada pada sub variabel *providing a personal touch* sedangkan penilaian terendah diperoleh oleh sub variabel *going an extra mile*. Jika dilihat secara keseluruhan *service excellenc* yang diterapkan di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali sudah cukup baik. Melalui kinerja yang berfokus kepada kinerja *frontliner* yang berinteraksi langsung dengan tamu SIP *member* dan didukung dengan sarana infrastruktur hotel dan kebijakan dari pihak manajemen. Untuk perolehan nilai terendah berada pada *going an extra mile*. Hal ini dikarenakan *going an extra mile* dalam perwujudannya masih kurang efektif, untuk memberikan pelayanan yang selalu tidak terdovasi dalam pelayanannya, Hal tersebut diperlukan kespesifikan karyawan *frontliner* dalam melakukan tugasnya untuk melayani langsung tamu SIP

memberikan pihak manajemen untuk lebih memikirkan strategi inovasi yang lebih baik lagi agar pelayanan untuk tamu *repeater* tidak monoton.

2. Gambaran dari *Customer delight* yang meliputi tiga komponen yaitu *unexpectedly high level of performance*, *arousal*, dan *positive affect*. Nilai tertinggi dibandingkan beberapa sub variabel lainnya adalah pada sub variabel *arousal*. Hal tersebut membuktikan bahwa rasa emosional tamu SIP *member* untuk di layani lebih special dan Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali sudah cukup mampu memenuhi apa yang di butuhkan tamu selam menginap. Selain itu jika dilihat dari hasil garis kontinumnya *customer delight* berada pada kategori cukup tinggi. Hal tersebut merupakan bukti bahwa Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali sudah cukup mendapatkan *customer delight* pada tamu SIP *member*
3. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan teknik analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa *service excellence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penciptaan *customer delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, maka penulis memberikan rekomendasi seperti hal-hal sebagai berikut ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, penilaian responden terhadap *service excellence* di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali yang mendapatkan penilaian terendah yaitu pada aspek *going an extra mile*. Oleh karena itu rekomendasi yang diberikan adalah pihak manajemen harus segera menambah karyawan *frontliner* agar pelayanan yang di berikan kepada tamu dapat tersampaikan dengan baik. Pihak manajemen juga perlu memberikan *training* khusus kepada karyawan *frontliner* bagaimana memberikan pelayanan yang baik, selalu memberikan keramahan, dan bisa memberikan kenyamanan bagi tamu. Hal tersebut sangatlah penting karena karyawan *frontliner* adalah karyawan yang langsung berinteraksi memberikan pelayanan kepada tamu. Dan dari pihak manajemen harus lebih memikirkan strategi yang tidak monoton dalam pelayanan guna mempertahankan hubungan baik

dengan tamu. Apabila setiap kali tamu menginap, pelayanannya selalu berbeda dari level sebelumnya maka, hal tersebut tentunya dapat membuat tamu *SIP member* merasa puas, senang dan akan terus kembali menginap.

2. *Customer Delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali yang mendapatkan nilai terendah terdapat pada aspek *unexpectedly high level of performance*. Rendahnya nilai tersebut di karenakan pihak Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali untuk memberikan pelayanan yang selalu berbeda dari level sebelumnya atau selalu berinovasi pada layanan sangat membutuhkan banyak pertimbangan, dari segi *cost*, efisiensi, dan keterbatasan lain yang di miliki. Hal tersebut membuat nilai dari tanggapan tamu *SIP member* rendah di bandingkan dengan sub variabel lainnya.. Maka rekomendasi yang diberikan adalah dengan tetap memberikan pelayanan yang berbeda kepada tamu khususnya kepada tamu *long stay* dari hal kecil misalnya mengganti menu *breakfast* tiga hari sekali namun dengan tetap pada *budget* yang sama dengan menu *breakfast* sebelumnya tetapi jenis makanannya berbeda. Karena banyak di temukan keluhan tamu mengenai menu *breakfast* yang kurang berinovasi. Kemudian pemberian *special attention* kepada tamu *long stay* setiap minggunya akan lebih baik jika tidak selalu memberikan *cake*. Banyak alternatif pilihan menu lain yang tidak sampai melebihi *cost* untuk *cake* yang seperti biasa di berikan setiap minggu.
3. Secara keseluruhan *service excellence* terbukti dapat mempengaruhi dalam penciptaan *customer delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali Namun dalam pengaplikasiannya masih perlu ditingkatkan lagi penerapan *service excellence* dari berbagai aspek didalamnya, agar mampu mencapai *customer delight*. Peningkatan kinerja *service excellence* dapat di tingkatkan dengan kontribusi yang baik antara karyawan *frontliner* dan pihak manajemen agar *service excellence* tersebut dapat terwujud dengan baik.
4. Dalam penelitian ini penulis menyadari masih terdapatnya kekurangan dan kelemahan dari segi teori-teori pendukung yang digunakan untuk

menjelaskan pengaruh dari sub variabel *service excellence* terhadap *customer delight*. Untuk itu sebagai bahan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali atau pada industri perhotelan, para peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih luas mengenai *customer delight* dari variabel-variabel yang dapat mempengaruhi *customer delight* seperti *service excellence* dan dengan menggunakan teori yang berbedaripnelitianiniatau variabel-variabel lain yang mempengaruhi *customer delight* seperti *service convenience*, *service recovery* dan *service encounter*.