

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritik dan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisa deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan metode analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara implementasi atribut hotel terhadap keputusan menginap di hotel The Luxton Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan tamu individu yang menggunakan di Hotel The Luxton Bandung mengenai atribut hotel yang dimiliki oleh The Luxton Bandung yang terdiri dari *Security, Quality and Dependability of service, Reputation, Physical appearance, Location* dan *Price* berada dalam kategori cukup tinggi. Dimensi yang mendapat nilai tertinggi yaitu dimensi *location*. Sedangkan yang terendah yaitu *Quality and Dependability of service*.
2. Pembentuk keputusan menginap tamu The Luxton Bandung yang terdiri dari : pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, dan jumlah pembelian berada dalam kategori tinggi. Penilaian tertinggi diperoleh pada dimensi penentuan waktu pembelian (skor tertinggi pada pembelian disaat akhir pekan). Sedangkan nilai terendah adalah jumlah pembelian atau pemesanan. Dikatakan sangat lama yaitu yang menginap diatas empat hari, lama menginap yaitu tiga hari , cukup lama menginap yaitu dua hari dan sanga tidak lama menginap yaitu satu hari.

3. Atribut hotel yang dimiliki oleh The Luxton Bandung yang terdiri dari *Security, Quality and Dependability of service, Reputation, Physical appearance, Location* dan *Price* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap tamu baik secara simultan maupun parsial. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut hotel memiliki pengaruh untuk meningkatkan keputusan menginap pada tamu.

5.2 Rekomendasi

Penelitian ini memperoleh hasil temuan dalam menciptakan keputusan menginap tamu melalui atribut hotel, oleh karena itu penulis mengajukan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan The Luxton Bandung. Rekomendasi yang diberikan menyesuaikan pada pembahasan atribut hotel yang dijadikan acuan oleh pihak The Luxton Bandung. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat diaplikasikan berdasarkan temuan penelitian untuk menciptakan keputusan menginap yang lebih tinggi, yaitu:

1. Secara keseluruhan implementasi atribut hotel di The Luxton Bandung sudah baik menurut tanggapan tamu. Dimensi *Quality and Dependability of service* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dibanding dimensi lainnya, oleh karena itu penulis memberikan rekomendasi kepada pihak The Luxton Bandung yaitu untuk meningkatkan kualitas dan kehandalan pelayanan pada tamu salah satunya dengan mengadakan pelatihan kepada karyawan guna meningkatkan kemampuan kerja serta kinerja dari karyawan tersebut agar

membentuk sumber daya manusia yang sesuai dengan standar dari perusahaan. Yaitu bisa dengan melakukan training layanan prima atau layanan *service excellent*. Salah satu indikasi dimensi ini rendah yaitu dari pelayanan *housekeeping* dalam memenuhi kebutuhan tamu. Saran bagi perusahaan yaitu selalu meningkatkan ketanggapan dalam memenuhi kebutuhan tamu dengan lebih cepat dalam pelayanannya dan memiliki stock barang barang fasilitas *upon request* yang mencukupi sesuai dengan jumlah kamar. Juga selalu melakukan *maintenance* secara berkala sehingga barang barang yang sudah mulai rusak bisa terdeteksi. Sehingga aktivitas operasional tidak terganggu.

2. Meskipun kelima dimensi lainnya tidak begitu rendah namun tetap perlu ditingkatkan karena beberapa responden masih ada yang memberikan jawaban yang cukup rendah seperti dalam dimensi security, pada tingkat tersedianya petugas dilapangan. Hal ini perlu menjadi tinjauan perusahaan karena tersedianya petugas security dilapangan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah hotel. Salah satunya dengan melakukan training secara berkala dan selalu ada pengawasan dari *chief security* agar semua petugas tidak lalai dalam menjalankan tugasnya. Keenam dimensi atribut hotel yaitu *Security* , *Quality and Dependability of service*, *Reputation*, *Physical appearance*, *Location* dan *Price* perlu dijadikan apresiasi serta jadi bahan evaluasi bagi The Luxton Bandung agar selalu melakukan peningkatan terhadap kekurangan yang ada, mempertahankan yang sudah baik, serta meningkatkan segala sesuatunya agar tamu selalu yakin dalam memutuskan untuk menginap di The Luxton Bandung.

3. Berdasarkan penelitian terhadap keputusan menginap di The Luxton Bandung penilaian terendah yaitu pada dimensi jumlah pembelian atau pemesanan. Pada dimensi ini, dikatakan sangat lama yaitu yang menginap diatas empat hari, lama menginap yaitu tiga hari , cukup lama menginap yaitu dua hari dan sangat tidak lama menginap yaitu satu hari. item jumlah pembelian atau pemesanan masih belum tinggi. Oleh karena itu penulis memberikan rekomendasi kepada The Luxton Bandung untuk selalu terus meningkatkan kualitas atribut hotel bagi tamu. Untuk selalu melihat perubahan yang terjadi dalam trend masyarakat. Sehingga makin tertarik untuk menginap di The Luxton Bandung dari sisi promosinya, dan terutama pada kualitas pelayanannya. Yaitu bisa dengan melakukan training layanan prima atau layanan *service excelent*. Sehingga tamu menjadi selalu merasa nyaman untuk berada di hotel dan memutuskan untuk menginap lebih lama.
4. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis berharap akan adanya penelitian lanjutan untuk meneliti faktor-faktor lainnya dari yang dapat meningkatkan keputusan menginap secara lebih mendalam seperti strategi promotion, brand positioning, service convenience, kualitas pelayanan dan produk lainnya . Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah untuk tetap meneliti tentang pelayanan jasa , dan lebih baik jika dibandingkan antara satu hotel dengan hotel bintang empat lainnya. Temuan ini dan temuan

selanjutnya diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan hotel The Luxton Bandung pada masa yang akan datang.