

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap tamu hotel Gino Feruci Braga Bandung untuk mengetahui pengaruh *service fairness* terhadap kepuasan tamu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran mengenai *service fairness* pada tamu hotel Gino Feruci Braga Bandung dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *price fairness*, *procedural fairness*, *outcome fairness*, dan *interactional fairness* berada pada kategori tinggi. Dimensi *procedural fairness* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi, Hal tersebut terjadi karena tamu hotel Gino Feruci menilai bahwa secara prosedur mereka telah dilayani dengan tepat dengan waktu proses pemenuhan kamar yang tidak terlalu lama dan dilayani sesuai dengan urutan kedatangan tamu.
2. Gambaran mengenai kepuasan tamu yang diukur berdasarkan *experience*, *expectation*, dan *overall satisfaction* berada pada kategori tinggi. Dimensi *expectation* dan *overall satisfaction* memiliki penilaian tertinggi. Tamu hotel Gino Feruci merasa bahwa pelayanan yang mereka dapat telah sesuai dengan apa yang mereka harapkan sebelum menggunakan jasa hotel Gino Feruci, dan adanya perasaan puas secara menyeluruh atas perhatian dan pelayanan setelah menggunakan jasa hotel.
3. Terdapat pengaruh antara *service fairness* terhadap kepuasan pelanggan pada tamu hotel Gino Feruci Braga Bandung. Diketahui berdasarkan koefisien

korelasi terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel *service fairness* yang diukur melalui indikator *price fairness*, *procedural fairness* dan *outcome fairness*, dan *interactional fairness* dengan variabel kepuasan pelanggan yang diukur melalui *experience*, *expectation*, dan *overall satisfaction*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan hasil penelitian yang telah dikemukakan mengenai *service fairness* terhadap kepuasan tamu hotel Gino Feruci Braga Bandung, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemecahan masalah dan dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait.

1. Menciptakan persepsi *service fairness* merupakan salah satu kriteria penting untuk memastikan kepuasan pelanggan terutama dalam perusahaan jasa perhotelan. Jika menurut tamu hotel suatu pelayanan yang diberikan terasa adil dan wajar, maka mereka akan menjaga hubungan selama mungkin. Sehingga untuk memperoleh kepuasan tamunya, pihak hotel Gino Feruci sebaiknya mengembangkan strategi yang komprehensif dengan menjadikan *service fairness* sebagai salah satu elemennya. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Service Fairness* dimensi yang mendapat skor terendah adalah dimensi *Outcome Fairness*, hal ini menunjukkan hasil penilaian tamu terhadap pelayanan yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya, oleh karena itu sebaiknya pihak hotel lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan agar dapat

memenuhi apa yang diharapkan oleh para tamu. Dengan demikian, Gino Feruci diharapkan dapat berperan optimal dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Banyak peningkatan yang bisa dilakukan seperti menambah tingkat *outcome fairness*, *price fairness*, dan *interactional fairness*. Serta memelihara *procedural fairness* supaya tetap baik.

2. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh *service fairness* terhadap kepuasan tamu berada di tingkat pengaruh yang rendah, oleh karena itu beberapa faktor eksternal yang memengaruhi kepuasan tamu harus diperhatikan juga oleh pihak hotel. Persepsi tamu terhadap kepuasan tamu secara umum dapat dinilai baik, namun untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan, dapat dilakukan dengan terus mengetahui berbagai kebutuhan tamu yang berbeda-beda. Dengan melakukan pendekatan melalui *service fairness*, pihak hotel dapat mengetahui persepsi dan penilaian para tamu atas pelayanan yang diberikan dan dapat juga mengetahui berbagai kekurangan yang ada pada pelayanan yang dilakukan oleh personil hotel.
3. Penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, salah satunya yaitu pada teori-teori pendukung yang digunakan masih kurang lengkap diharapkan pada penelitian selanjutnya lebih dikembangkan teori-teori pendukung dan sebagai bahan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya di Hotel Gino Feruci Braga Bandung, maka para peneliti selanjutnya dapat mengangkat masalah lain seperti *service fairness* pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.