

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil dari penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap pelaksanaan *service convenience* yang terdiri dari *information search*, *access convenience*, *selection convenience*, *assurance convenience*, *transaction convenience* dan *post-purchase convenience* di Hotel Bumi Asih Jaya Bandung mendapatkan penilaian yang tinggi dari responden yang merupakan tamu individu yang menginap di Hotel Bumi Asih Jaya Bandung. Penilaian tertinggi tamu ada pada dimensi *access convenience* sedangkan yang mendapat penilaian terendah adalah dimensi *selection convenience*.
2. Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap *revisit intention* yang terdiri dari *past visits*, *sense of place*, *place attachment* dan *novelty seeking* di Hotel Bumi Asih Jaya Bandung mendapatkan penilaian yang tinggi dari responden yang merupakan tamu individu yang menginap di Hotel Bumi Asih Jaya Bandung. Hal ini berkaitan dengan pelaksanaan *service convenience* yang sudah dijalankan dengan baik oleh pihak hotel. Penilaian tertinggi tamu ada pada dimensi *past visits* sedangkan yang mendapat penilaian terendah adalah dimensi *novelty seeking*.
3. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara *service convenience* terhadap *revisit intention* di Hotel Bumi Asih Jaya Bandung. Secara parsial, terdapat lima dimensi dari *service convenience* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* yaitu *access convenience*, *selection convenience*, *assurance convenience*, *transaction convenience* dan *post-purchase convenience*.

5.2 Rekomendasi

Beberapa rekomendasi penulis berikan dengan harapan dapat memberikan saran dan masukan bagi Hotel Bumi Asih Jaya Bandung sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *service convenience* pada Hotel Bumi Asih Jaya Bandung diketahui bahwa penilaian terhadap dimensi *selection convenience* mendapat penilaian terendah sehingga diharapkan pihak hotel lebih memudahkan tamu dalam hal mencari informasi-informasi mengenai produk dan fasilitas di dalam hotel seperti salah satunya adalah dengan rutin mengadakan program training bagi staff dalam upaya meningkatkan *product knowledge*. Terdapat beberapa indikator lain dari *service convenience* yang juga memiliki penilaian rendah dari responden, diantaranya:
 - a. Kemudahan dalam menuju lokasi, walaupun memiliki skor tertinggi dibandingkan indicator lainnya pada dimensi *access convenience*, namun masih terdapat beberapa responden yang menjawab sulit untuk menuju lokasi. Dalam hal ini penulis menyarankan agar pihak hotel dapat membuat papan petunjuk arah (sign) Hotel Bumi Asih Jaya Bandung yang dapat ditempatkan setelah gerbang tol terdekat.
 - b. Kecepatan pelayanan dalam proses reservasi memiliki skor terendah pada dimensi *access convenience*. Dalam hal ini penulis menyarankan agar pihak hotel dapat menambah adanya *training* mengenai *time management* ataupun membuat standar waktu dalam memberikan pelayanan seperti proses reservasi, check-in ataupun check-out.
 - c. Kejelasan informasi yang diberikan mengenai produk ataupun fasilitas yang dapat digunakan pada hotel memiliki skor terendah pada dimensi *selection convenience*. Maka penulis menyarankan agar pihak hotel dapat menambah *tools* atau sarana yang dapat menjelaskan beberapa informasi mengenai hotel seperti dengan

- adanya *sign* fasilitas hotel beserta penunjuk arah serta keterangan tertentu mengenai fasilitas yang dapat digunakan didalam kamar.
- d. Kecepatan transaksi pada proses *check-out* memiliki skor terendah pada dimensi *transaction convenience*. Dalam hal ini penulis menyarankan agar pihak *housekeeping/room service* yang bertanggung jawab dalam memeriksa adanya pengeluaran tambahan tertentu dari tamu dapat lebih cepat dalam memberikan konfirmasi kepada *front desk agent* sehingga tamu tidak akan menunggu terlalu lama ketika melakukan proses *check-out*.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *revisit intention* pada Hotel Bumi Asih Jaya Bandung penilaian terendah ada pada dimensi *novelty seeking* sehingga diharapkan pihak hotel dapat lebih *aware* terhadap penawaran-penawaran yang diberikan kepada tamu seperti dengan menambah produk ataupun fasilitas yang ditawarkan serta mengadakan program tertentu yang dapat memberi kesan baik kepada tamu seperti memberikan souvenir atau *complimentary cake* kepada tamu yang berulang tahun atau merayakan *anniversary*. Secara fisik bangunan hotel tidak terlihat terdapat perbedaan dari tahun sebelumnya meskipun keadaan didalamnya sudah banyak yang di renovasi hal ini pula yang membuat kebanyakan tamu tidak menyadari adanya inovasi dari segi bangunan. Maka diharapkan pihak hotel dapat lebih memperhatikan kondisi fisik dari bangunan Hotel Bumi Asih Jaya Bandung. Terdapat beberapa indikator lain dari *revisit intention* yang juga memiliki penilaian rendah dari responden, diantaranya:
 - a. Perasaan tamu terhadap suasana *public area* hotel pada dimensi *sense of place* masih terdapat beberapa responden yang menyatakan sangat tidak nyaman terhadap suasana hotel. Maka dalam menangani masalah tersebut penulis menyarankan agar pihak hotel dapat lebih memperhatikan keadaan atau suasana hotel seperti desain interior, pemilihan warna *background*, lukisan

- yang terpajang ataupun *backsound* yang digunakan serta memperhatikan kebersihan dan kerapian baik pada *public area* maupun didalam kamar.
- b. Keberagaman fasilitas yang disediakan pada dimensi *place attachment* masih terdapat beberapa responden yang menyatakan fasilitas kurang beragam. Maka dalam menangani masalah tersebut penulis menyarankan agar pihak hotel dapat menambah fasilitas tertentu yang belum tersedia pada hotel serta memperhatikan *maintenance* fasilitas yang sudah ada.
3. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa dimensi *service convenience* berpengaruh terhadap *revisit intention* sehingga diharapkan pihak hotel lebih meningkatkan kualitas kinerja karyawan dengan meningkatkan pelayanan yang lebih baik, seperti dengan diadakannya pelatihan mengenai standar *Grooming*, *Greeting* dan *Gesture* serta program untuk meningkatkan *product knowledge* dari Hotel Bumi Asih Jaya Bandung.
4. Dalam hal ini penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini diberbagai hal. Oleh karena itu, penulis juga berharap akan adanya penelitian lanjutan atau sebagai bahan rekomendasi untuk penelitian berikutnya dengan meneliti faktor-faktor lain yang berbeda seperti *customer satisfaction* atau *customer experience* yang dapat meningkatkan *revisit intention* yang menginap di Hotel Bumi Asih Jaya Bandung secara lebih mendalam. Oleh karena itu temuan lain tersebut diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan bagi Hotel Bumi Asih Jaya Bandung di masa yang akan datang.