

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian secara deskriptif, verifikatif dan teknik analisis regresi berganda mengenai pengaruh *service convenience* terhadap *customer satisfaction* di HARRIS Resort Waterfront Batam, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil tanggapan responden mengenai pelaksanaan *service convenience* yang terdiri dari *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *post-benefit convenience* di HARRIS Resort Waterfront Batam berada pada kategori tinggi yang artinya sudah baik. Dari kelima dimensi yang ada, dimensi *post-benefit convenience* memperoleh penilaian tertinggi. *Post-benefit convenience* mendapat skor tertinggi dikarenakan tamu telah merasakan kemudahan dan kenyamanan dalam menghubungi kembali pihak hotel pasca melakukan transaksi. Sementara itu, *benefit convenience* merupakan dimensi yang mendapat tanggapan terendah dari tamu.
2. Tanggapan responden terhadap *customer satisfaction* berada pada kategori tinggi yang artinya sudah puas. *Benefit convenience* memuaskan tamu dari bagaimana para tamu dengan mudah dan nyaman dapat merasakan manfaat inti jasa yang ditawarkan. Selain itu, kenyamanan ini berhubungan dengan kebutuhan konsumen akan pelayanan serta kesesuaian kamar yang diinginkan oleh para tamu yang menginap.
3. Secara simultan, kelima dimensi dari *service convenience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* di HARRIS Resort Waterfront Batam. Secara parsial, *decision convenience*, *access convenience* dan *benefit convenience* memiliki pengaruh yang signifikan, akan tetapi, *transaction convenience*

Santana Helios M.T, 2017

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM (SURVEI PADA TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

convenience dan *post-benefit convenience* tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa rekomendasi mengenai *service convenience* terhadap *customer satisfaction* di HARRIS Resort Waterfront Batam sebagai berikut :

1. Rekomendasi penulis mengenai *service convenience* di HARRIS Resort Waterfront Batam.

a. *Benefit convenience*

Pernyataan tingkat waktu yang dikeluarkan tamu untuk mendapatkan kamar yang diinginkan mendapat penilaian terendah pada subvariabel *benefit convenience*. Maka dari itu pada proses *check-in/out* perlu dipercepat oleh pihak hotel agar tamu yang membutuhkan kamar tidak menunggu lama.

b. *Access convenience*

Pernyataan tingkat keberagaman metode reservasi jasa hotel mendapat penilaian terendah pada subvariabel *access convenience*. Maka dari itu pihak hotel perlu menambah keberagaman metode reservasi seperti *booking* melalui berbagai situs perjalanan atau kios-kios kecil.

c. *Decision convenience*

Pernyataan tingkat kemudahan mendapatkan jasa hotel yang akan digunakan mendapat penilaian terendah pada subvariabel *decision convenience*. Maka dari itu pihak hotel perlu menambah karyawan di setiap departemen yang menyediakan pelayanan jasa secara langsung dengan tamu, sehingga tamu dapat dengan mudah mendapatkan jasa yang dibutuhkan. Selain itu, informasi mengenai harga dan lokasi hotel di *website*, *media social* atau akun resmi hotel lainnya perlu terus di *update* agar tamu tidak ketinggalan informasi.

Santana Helios M.T, 2017

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM (SURVEI PADA TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

d. *Transaction convenience*

Pernyataan tingkat kecepatan pelayanan saat *check-in/out* mednapat penilaian terendah pada subvariabel *transaction convenience*. Maka dari itu pihak hotel perlu memberikan pelatihan pada karyawan *front office* agar lebih cepat dalam melayani tamu pada saat *check-in/out*.

e. *Post-benefit convenience*

Pernyataan tingkat kemudahan untuk melakukan reservasi kembali pasca transaksi pada subvariabel *post-benefit convenience*. Maka dari itu pihak hotel perlu mengkomunikasikan kepada para tamu yang telah menginap melalui *email/sms blast* apabila ada perubahan atau penambahan pada nomor kontak atau *website* sehingga tamu lebih mudah untuk melakukan reservasi kembali.

2. Berdasarkan hasil penelitian, penilaian tamu terhadap *customer satisfaction* di HARRIS Resort Waterfront Batam berkategori tinggi. Namun, pihak hotel perlu memperhatikan faktor-faktor pendukung lain yang masih kurang seperti pendekatan-pendekatan terhadap setiap tamu karena tamu individu biasanya melibatkan *personal emotion* mereka dan tetap merasa ingin diperhatikan hingga pasca transaksi. Hal lain yang harus terus diperhatikan adalah segala informasi mengenai hotel terus di *update* agar tamu terus mendapatkan informasi atau berita terbaru seputar HARRIS Resort Waterfront Batam.
3. Dalam rangka meningkatkan *customer satisfaction* dengan pelaksanaan *service convenience* di HARRIS Resort Waterfront Batam, pihak pengelola HARRIS Resort Waterfront Batam diharapkan dapat memperhatikan, mempertahankan, mengendalikan serta mengembangkan *service convenience* sebagai suatu strategi pemasaran dan kepuasan tamu.
4. Selain variabel yang telah diteliti, diluar itu peneliti memberikan saran untuk menambah tempat duduk bagi tamu yang menunggu disekitar lobby hotel

agar tetap kondusif serta membuat ATM bersama di dalam lingkungan hotel demi kelancaran transaksi produk dan jasa saat menginap.

5. Penulis menyadari dalam penelitian ini tentunya masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Disarankan untuk perlu dilakukannya penelitian lebih lanjut diluar variabel yang telah diteliti. Begitu pula dengan kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini karena hanya dilakukan pada tamu individu yang menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam. Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang mencakup seluruh aspek beserta tamu atau wisatawan yang lebih luas lagi yang pernah menggunakan produk dan jasa di HARRIS Resort Waterfront Batam.

Santana Helios M.T, 2017

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM (SURVEI PADA TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu