

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi menggunakan MRA (*moderated regrestion analysis*), antara *service excellence* di Hotel Aryaduta Bandung terhadap *customer repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel moderating, maka dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada *service excellence* dengan kinerja yang diterima tamu memberikan tanggapan memiliki penilaian tertinggi pada dimensi *delivering the promise* disebabkan tamu menerima hal yang positif mengenai perlakuan oleh staf Hotel Aryaduta Bandung. Sedangkan penilaian terendah pada dimensi *providing a personal touch* yang disebabkan tamu tetap tidak terlalu memfokuskan diri terhadap pelayanan pendekatan secara personal yang diberikan oleh staff pada Hotel Aryaduta Bandung.
2. Pada *repurchase intention* dengan kinerja yang diterima tamu memberikan tanggapan memiliki penilaian tertinggi pada dimensi *word of mouth* disebabkan tamu menerima hal yang positif mengenai perlakuan oleh staf Hotel Aryaduta Bandung sehingga lebih ingin memberitahukan atau menceritakan pengalaman yang dirasakan selama menginap di Hotel Aryaduta Bandung. Sedangkan penilaian terendah pada dimensi *change of continuing with current company for next year* yang disebabkan tamu masih ingin merasakan pengalaman lebih mengingat bahwa Hotel Aryaduta Bandung masih tergolong hotel baru. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan dengan variabel X atau *service excellence* yang diberikan oleh manajemen Hotel Aryaduta Bandung sangat memberikan dampak terhadap *customer satisfaction* dampak *satisfaction* yang dirasakan tamu mengakibatkan tingkat *repurchase intention* menjadi lebih tinggi. *Customer satisfaction* yang kuat

sudah seharusnya didukung dengan aspek-aspek yang mendukung untuk dapat menimbulkan adanya *service excellence* positif.

3. *Service excellence* yang terdiri dari *delivering the promise, providing a personal touch, going an extra mile* dan *dealing well with problem and queries* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *repurchase intention*. *Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *repurchase intention* serta *satisfaction* sebagai variabel moderating menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap *repurchase intention*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan rekomendasi mengenai *service excellence* di Hotel Aryaduta Bandung terhadap *customer repurchase intention* dengan *satisfaction* sebagai variabel moderating, yaitu:

1. Berdasarkan hasil tanggapan tamu mengenai *service excellence* yang dirasakan Hotel Aryaduta Bandung yang terdiri dari *delivering the promise, providing a personal touch, going an extra mile* dan *dealing well with problem and queries*. Menurut tanggapan yang diberikan oleh tamu, tamu kurang memedulikan mengenai pendekatan yang diberikan oleh staff Hotel Aryaduta Bandung sehingga dimensi *providing a personal touch* memiliki penilaian yang rendah. Oleh sebab itu sebaiknya pihak manajemen Hotel Aryaduta Bandung meningkatkan pendekatan terhadap tamu sehingga tamu dapat merasakan nilai-nilai dari pendekatan personal yang diberikan tersebut agar dapat membekas dibenak tamu. Baik dalam nilai yang ada dalam produk ataupun jasa yang ditawarkan, pendekatan yang dilakukan juga dapat dilakukan oleh staff *GRO (guest Relation Officer)* agar lebih memberikan pelayanan extra terhadap tamu dapat berupa komunikasi *online* seperti pada pemberian *welcome letter*, maupun komunikasi *offline* seperti pada pemberian *cake, flower, welcome letter, welcome fruits* serta memberikan akses lebih mudah terhadap tamu *repeater* untuk melakukan *check-in/ check-out*.

2. Tamu di Hotel Aryaduta Bandung sudah cukup puas dengan implementasi *service* yang terdiri dari *delivering the promise*, *providing a personal touch*, *going an extra mile* dan *dealing well with problem and queries*. Kepuasan tamu memiliki dampak terhadap pembelian berulang produk/jasa, sehingga sangat diharapkan agar sebaiknya pihak Hotel Aryaduta Bandung lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas sehingga meningkatkan kepuasan tamu dan sebaiknya pihak Hotel Aryaduta Bandung mencoba untuk memberikan akses yang cepat kepada tamu sehingga mengurangi keluhan dari para tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung, terjadinya komplain mengakibatkan tingkat kepuasan tamu menjadi lebih rendah, untuk itu sangat diharapkan agar pihak Hotel Aryaduta Bandung dapat mengurangi tingkat keluhan tamu seperti yang tampak pada *guest comment* bahwa komplain banyak terjadi diakibatkan oleh *room service* yang lama, akses lift yang sulit, serta pelayanan GRO yang kurang sigap, untuk itu sangat diharapkan agar pihak Hotel Aryaduta lebih memperhatikan dan mengurangi keluhan tamu agar lebih menciptakan kepuasan agar berdampak pada pembelian berulang.
3. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan dari *service excellence* terhadap *customer repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel moderating. Sehingga sebaiknya pihak Hotel Aryaduta Bandung memertahankan serta meningkatkan pelayanan terbaik yang ada baik dari segi produk ataupun jasa yang ditawarkan.
4. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah salah satunya objek yang diteliti hanya satu di Bandung sehingga peneliti tidak bisa memberikan perbandingan terhadap *service* yang lain, penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar meneliti tentang *service excellence* namun di objek lainnya mengingat masih banyak objek lain di Indonesia selain Hotel Aryaduta Bandung.