

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* atau analisis jalur antara *service convenience* dengan keputusan menginap tamu di Crown Hotel Tasikmalaya, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum tanggapan tamu yang menginap terhadap *service convenience* di Crown Hotel Tasikmalaya yang terdiri dari *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *post benefit convenience* mendapatkan penilaian tinggi dari tamu yang menginap di Crown Hotel Tasikmalaya terbukti dengan tanggapan tamu terhadap *service convenience* yang berada pada posisi tinggi pada garis kontinu. Sub variabel yang memiliki tanggapan paling baik adalah *post benefit convenience* dikarenakan penyimpanan data tamu yang menginap secara lengkap di *database* Crown Hotel Tasikmalaya sehingga akan memberikan kemudahan bagi tamu ataupun pihak hotel untuk mengontak kembali maupun pada saat datang kembali untuk menginap. Selain itu tamu akan mudah untuk menyampaikan keluhan pasca menginap dengan pengiriman *guest comment* melalui e-mail. Selain itu juga layanan atau service yang diberikan secara

Mayangsari Nindiya Puteri, 2014

Pengaruh Program Service Convenience Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap Di Crown Hotel Tasikmalaya

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

maksimal oleh crown hotel pasca menginap seperti pengantaran ke jasa pengangkutan umum seperti travel.

2. Gambaran mengenai tingkat keputusan menginap tamu bisnis di Crown Hotel Tasikmalaya yang terdiri dari pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian (pemesanan), waktu menginap, jumlah pembelian dan metode pembayaran, penilaian tertinggi adalah jumlah pembelian. Hal tersebut karena besarnya jumlah tamu yang menginap di Crown Hotel Tasikmalaya dalam sekali kunjungan karena harga atau *room rate* yang sangat terjangkau dan dikarenakan beragamnya permintaan tamu mengenai produk dan jasa
3. *Service convenience* yang terdiri dari *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *post benefit convenience* ternyata hanya *benefit convenience* saja yang memberikan pengaruh baik secara simultan maupun parsial, secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara X terhadap Y, namun secara parsial hanya sub variabel $X_{1,4}$ yaitu *benefit convenience* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

5.2 Rekomendasi

Setelah penelitian ini dilakukan, maka penulis memberikan saran dan rekomendasi bagi Crown Hotel Tasikmalaya diantaranya :

1. Secara keseluruhan *Service Convenience* yang meliputi *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit*

Mayangsari Nindiya Puteri, 2014

Pengaruh Program Service Convenience Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap Di Crown Hotel Tasikmalaya

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

convenience, dan *post benefit convenience* sudah dilakukan dengan baik dan terbukti mampu mempengaruhi keputusan untuk menginap di Hotel Crown Hotel Tasikmalaya. Namun hal yang harus diperhatikan pihak hotel yaitu agar informasi hotel dapat secara mudah diperoleh tamu maka sebaiknya pihak hotel harus selalu meng *up-date* atau memperbaharui informasi yang ada di *website* resmi, *social media* Crown Hotel Tasikmalaya atau melakukan promosi melalui program *email* atau *sms blast* dan metode promosi lainnya yang saat ini belum dilakukan oleh Crown Hotel Tasikmalaya. Pihak hotel pun bisa mengadakan pelatihan-pelatihan untuk para karyawan di bagian reservasi dan *reception* maupun *front office department* agar dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga memberikan pelayanan reservasi lebih cepat dan tepat, lalu pihak hotel pun harus meningkatkan citra hotel misalnya melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan menjalin hubungan baik dengan media agar bisa meningkatkan *Brand Image* Crown Hotel Tasikmlaya.

2. Persepsi tamu terhadap keputusan menginap secara umum dapat dinilai cukup baik, namun untuk mempertahankan bahkan meningkatkan keputusan menginap dapat dilakukan dengan terus mengetahui kebutuhan tamu yang berbeda-beda. Keputusan menginap yang mendapatkan nilai terendah adalah metode pembayaran. Rekomendasi yang diberikan adalah pihak hotel harus lebih memperhatikan lagi keinginan tamu mengenai

keberagaman jenis pembayaran sehingga tamu pun akan lebih senang apabila jenis pembayarannya lebih mudah dan beragam.

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 Crown Hotel Tasikmalaya. Maka para peneliti selanjutnya dapat mengangkat masalah lain seperti loyalitas, pelayanan, promosi dan sebagainya karena Crown Hotel Tasikmalaya sudah berdiri sejak tahun 1989 tentunya sudah memiliki tamu-tamu loyal yang sering menginap di Crown Hotel Tasikmalaya.