

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka yang berupa uraian-uraian teori, hasil penelitian dengan menyebarkan kuesioner, serta pengujian analisis jalur (*path analysis*) yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi jasa terhadap kepuasan tamu Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambaran kinerja yang dirasakan tamu hotel terhadap diferensiasi jasa melalui lima sub variabel meliputi diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra. Sub variabel diferensiasi jasa yang mendapatkan penilaian tertinggi menurut tamu hotel Grand Hotel Preanger adalah diferensiasi citra, tamu hotel memberikan penilaian tertingginya pada indikator popularitas nama hotel. Tamu hotel Grand Aquila memberikan penilaian tertinggi pada kinerja diferensiasi saluran distribusi, di mana indikator diferensiasi saluran distribusi yang dinilai tinggi adalah tingkat kedekatan lokasi hotel dengan pusat-pusat perbelanjaan, tempat hiburan. Penilaian terendah tamu hotel Grand Hotel Preanger terhadap sub variabel diferensiasi jasa ditujukan pada kinerja diferensiasi pelayanan, di mana indikator yang dinilai paling rendah adalah pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang), *sms broadcast* tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (*guarantee of services*). Penilaian terendah tamu hotel Grand Aquila pun ditujukan pada sub

variabel diferensiasi pelayanan, di mana indikator yang dinilai sangat rendah adalah pemberitahuan mengenai cara menggunakan fasilitas hotel.

2. Gambaran kepuasan berdasarkan tanggapan tamu, melalui lima sub variabel diferensiasi jasa meliputi diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra. Penilaian tertinggi tamu hotel Grand Hotel Preanger tertuju pada kepuasan akan sub variabel diferensiasi saluran distribusi, di mana indikator yang dinilai sangat tinggi adalah tingkat kepuasan atas kemudahan menjangkau lokasi hotel. Penilaian tertinggi tamu hotel Grand Aquila adalah pada sub variabel saluran distribusi pula, di mana indikator yang mendapatkan penilaian tertinggi adalah kepuasan atas penyediaan *online reservation* (via telephone, fax, email). Penilaian terendah yang diberikan tamu hotel Grand Hotel Preanger adalah pada kepuasan akan diferensiasi pelayanan, di mana indikator yang dinilai rendah sekali adalah kepuasan atas pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang), *sms broadcast* tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (*guarantee of services*). Penilaian terendah Grand Aquila adalah pada kepuasan akan diferensiasi produk, di mana indikator yang mendapat penilaian paling rendah adalah tingkat kepuasan atas fungsional kamar sebagai tempat beristirahat.
3. Secara keseluruhan berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan diferensiasi jasa yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra

berpengaruh positif dan kuat terhadap kepuasan tamu Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi pihak manajemen Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila dalam hal meningkatkan kinerja diferensiasi jasa dan mempertahankan serta meningkatkan kepuasan para tamunya masing-masing.

### 1. Diferensiasi Jasa

Sub variabel diferensiasi jasa yang dinilai sangat kurang kinerjanya oleh para tamu hotel Grand Hotel Preanger dan Hotel Grand Aquila adalah diferensiasi pelayanan. Bagi Grand Hotel Preanger, indikator diferensiasi pelayanan yang memiliki skor terendah adalah pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang), *sms broadcast* tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (*guarantee of services*). Oleh karena itu, promo yang disampaikan hotel pun sebaiknya benar-benar menekankan pada keuntungan yang akan diperoleh tamu. Pemberian alternatif pelayanan sebaiknya melebihi pelayanan yang diminta para tamu sebelumnya. Bagi Hotel Grand Aquila, indikator diferensiasi pelayanan yang memiliki skor terendah adalah pemberitahuan mengenai cara menggunakan fasilitas hotel. Oleh karena itu, pihak hotel diharapkan selalu memberi

penerangan mengenai cara menggunakan fasilitas hotel meskipun tamu yang datang adalah mereka yang melakukan *return business*.

## 2. Kepuasan Tamu atas Diferensiasi Jasa.

Diferensiasi jasa yang dirasakan kurang memuaskan para tamu hotel Grand Hotel Preanger adalah kepuasan atas diferensiasi pelayanan. Pada sub variabel diferensiasi pelayanan, nilai kepuasan terendah tertuju pada kepuasan atas pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang), *sms broadcast* tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (*guarantee of services*). Oleh karena itu, pihak hotel harus berupaya lebih maksimal untuk memberikan kinerja yang lebih besar dari harapan tamu terhadap pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang, *sms broadcast* tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (*guarantee of services*). Hal ini dapat dilakukan dengan pemberian ucapan yang disertai dengan proses penyampaian yang *customize* sehingga tamu benar-benar merasa diperhatikan. Diferensiasi jasa yang dirasakan kurang memuaskan para tamu hotel Grand Aquila adalah kepuasan atas diferensiasi produk. Pada sub variabel diferensiasi produk, nilai kepuasan terendah tertuju pada kepuasan atas fungsional kamar sebagai tempat beristirahat. Oleh karena itu, pihak hotel diharapkan tidak hanya saja melengkapi fasilitas kamar tetapi juga memberikan sentuhan emosional dalam ruangan agar tercipta suasana yang nyaman.

## 3. Pengaruh Diferensiasi Jasa terhadap Kepuasan Tamu

Berdasarkan hasil penelitian, diferensiasi jasa (secara simultan maupun parsial) berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan tamu. Oleh karena itu, pihak

manajemen Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila harus berupaya untuk menciptakan atau merancang berbagai perbedaan dari segala aspek jasa yang ditawarkan hotel sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi tamu. Berdasarkan hasil penelitian, sub variabel diferensiasi jasa yang memiliki pengaruh terkecil adalah diferensiasi citra. Oleh karena itu, janji jasa yang ditawarkan hotel harus mampu diaplikasikan ke dalam hal-hal operasional yang mudah dilihat atau dirasakan manfaatnya oleh tamu. Misalnya janji jasa sebagai hotel yang tepat untuk berbisnis diaplikasikan ke dalam berbagai detail fasilitas yang disediakan khusus untuk keperluan bisnis (rental LCD, fax, *fotocopy*).

#### 4. Rekomendasi untuk Penelitian yang Akan Datang

Penciptaan diferensiasi jasa yang benar-benar unik dan bernilai akan membuat kinerja yang diberikan hotel melebihi harapan para tamu yang tentunya akan berimplikasi terhadap keunggulan bersaing. Oleh karena itu, untuk penelitian yang selanjutnya dapat dilakukan untuk mencari temuan mengenai pengaruh diferensiasi jasa terhadap kepuasan tamu dan implikasinya terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian ini hanya dilakukan dalam kurun waktu tertentu (*cros sectional*), oleh karena itu hasil temuan penelitian mengaju pada kepuasan tamu hotel pada saat dilakukannya penelitian. Bagi hotel yang ingin mengetahui kepuasan tamunya secara kontinue untuk mengetahui grafik peningkatan atau penurunannya, maka penelitian dapat dilakukan dengan metode *time series*.

Penelitian ini dilakukan pada setiap wisatawan nusantara yang pernah menginap di Grand Hotel Preanger dan atau Hotel Grand Aquila. Bagi penelitian yang akan datang, lingkup responden dapat diperluas pada wisatawan mancanegara dan pada responden yang pernah menginap di kedua hotel untuk lebih mengidentifikasi diferensiasi jasa yang dimiliki kedua hotel dilihat dari sudut pandang tamu hotel.

