

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan berdampak pada minat beli ulang pelanggan dapat diterima. Berikut kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Dari persamaan regresi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang paling berpengaruh adalah variabel empati (*empathy*) dengan koefisien sebesar 0.311 X4 dan variabel yang mempunyai pengaruh terkecil terhadap kepuasan adalah variabel daya tanggap (*responsiveness*) dengan koefisien sebesar 0.152 X2.
2. Keandalan (*Reliability*) (X1), daya tanggap (*responsiveness*), (X2), jaminan (*assurance*) (X3), empati (*empathy*) (X4), bukti fisik (*tangibles*) (X5) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Kurnia Dua di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F hitung ($27,227 > 2,31$) F tabel. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Hasil Uji Hipotesis juga menjelaskan bahwa kepuasan (Y) berpengaruh terhadap terciptanya minat beli ulang (Z) pada pelanggan Hotel Kurnia Dua di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji nilai t hitung

pada variabel kepuasan lebih besar dari t tabel yaitu 1,983. Hal ini berarti variabel kepuasan (Y) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang sehingga dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka ada beberapa saran untuk Hotel Kurnia Dua. Saran ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Hotel Kurnia Dua sehingga Hotel Kurnia Dua mampu bersaing dengan hotel-hotel lainnya. Berikut saran untuk Hotel Kurnia Dua di Bandar Lampung.

1. Hotel Kurnia Dua lebih meningkatkan dan memperhatikan variabel bukti fisik. Hal ini untuk mencapai keunggulan daya saing dan kepuasan terhadap pelanggan. Variabel bukti fisik terdiri dari penampilan, bangunan dan interior Hotel Kurnia Dua. Selanjutnya, Hotel Kurnia Dua harus bisa meningkatkan kebersihan dan kenyamanan. Hal ini bisa dilakukan dengan lebih mengefektifkan sumber daya yang ada agar lebih memperhatikan hal yang berkaitan dengan kebersihan. Misalnya saja dilakukan dengan cara kontrol terhadap area hotel secara teratur. Dengan hal ini diharapkan kebersihan akan meningkat sehingga tamu yang datang pun akan merasa nyaman.
2. Variabel kualitas pelayanan yang menjadi keunggulan dari hotel ini yaitu empati. Variabel empati terdiri dari ramah dalam melayani pelanggan,

memahami keinginan pelanggan atau tamu, mampu berkomunikasi dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa tamu yang datang merasa nyaman untuk datang ke Hotel Kurnia Dua karena mereka merasa dilayani dan disambut dengan baik oleh keramahan dari karyawan Hotel Kurnia Dua. Dengan keramahan tersebut tamu yang datang tidak merasa sungkan dan dihormati sebagai tamu sehingga mereka puas dan berkeinginan untuk datang kembali.