

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan di Hotel Ollino Garden, dapat diambil kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, antara konsep kualitas pelayanan yang terdiri dari reliabilitas, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti nyata terhadap kepuasan pelanggan dalam menikmati pelayanan yang diberikan oleh Hotel Ollino Garden Malang.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari konsep kualitas pelayanan yang terdiri dari reliabilitas, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti nyata terhadap kepuasan pelanggan dalam menikmati pelayanan yang diberikan oleh Hotel Ollino Garden Malang. Dari kelima variabel kualitas pelayanan tersebut, semua variabel memberikan kontribusi yang positif atau dalam artian memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.
3. Variabel Empati (X4) adalah variabel yang memberikan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan dalam menikmati pelayanan yang diberikan oleh Hotel Ollino Garden Malang.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang didapatkan selama dilakukannya penelitian ini, ada beberapa saran yang mungkin bisa dijadikan referensi bagi perusahaan dalam menghadapi ketatnya persaingan dengan kompetitor yang sejenis, khususnya dalam hal penilaian kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan:

1. Dengan diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari Reliabilitas (X1), Ketanggapan (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Bukti Nyata (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), diharapkan perusahaan memperhatikan dan mempertimbangkan kembali bahwa betapa pentingnya reliabilitas, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti nyata dalam mewujudkan sebuah kualitas pelayanan yang prima. Selain itu, beberapa hal tersebut juga akan menjadi tolok ukur masyarakat dalam memilih pelayanan yang mereka inginkan karena seiring dengan kenaikan ekspektasi dan juga preferensi masyarakat untuk memilih, secara nyata akan memicu adanya persaingan dengan kompetitor lainnya.
2. Untuk peneliti yang selanjutnya, diharapkan dapat menemukan variabel lain yang mendukung semakin tingginya nilai kualitas pelayanan, sehingga selain pengetahuan yang peneliti dapatkan bertambah, perusahaan pun dapat mempertimbangkan untuk terus meningkatkan pelayanan melalui variabel pendukung lain tersebut, seperti faktor-faktor harga dan lain sebagainya.