

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data penelitian dan hasil pembahasan di atas, peneliti berhasil menjelaskan hipotesis dengan hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran Kategori persepsi variabel Keandalan dan variabel Daya Tanggap tergolong sangat baik dengan nilai persentase masing- masing 85,24% dan 86,3%. Sedangkan variabel Jaminan, variabel Empati, variabel Bukti Fisik, dan Kepuasan Pelanggan dikategorikan baik dengan nilai persentase masing-masing 83,6%, 83,52%, 82,36% dan 83,32%.
2. Variabel Keandalan, variabel Jaminan, variabel Empati dan variabel Bukti Fisik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Romyta Kupang. Sedangkan variabel Daya Tanggap berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Romyta Kupang.
3. Variabel Keandalan, variabel Daya Tanggap, variabel Jaminan, variabel Empati dan variabel Bukti Fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Hotel Romyta Kupang. Selain itu hasil koefisien determinasi adalah 79,1% di mana variabel kepuasan pelanggan pada Hotel Romyta Kupang, merupakan kontribusi dari ke lima variabel bebas yakni variabel Keandalan,

variabel Daya Tanggap, variabel Jaminan, variabel Empati dan variabel Bukti Fisik, sedangkan sisanya yaitu 20,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan data penelitian dan hasil pembahasan, peneliti dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Hotel Romyta, dalam melayani pelanggan hendaknya karyawan selalu memperhatikan keinginan konsumen yang datang untuk menginap, seperti karyawan memberikan pelayanan yang sopan dan mengesankan dan memiliki kepercayaan yang lebih sopan, prosedur yang tidak pilih kasih, serta karyawan memakai seragam yang rapi.
2. Hotel Romyta juga harus lebih meningkatkan fasilitas kamar hotel yang memadai serta ruangan pertemuan dan kamar konsumen yang disediakan tertata rapih, bersih dan sejuk, sehingga konsumen lebih nyaman untuk menginap.
3. Bagi peneliti-peneliti berikutnya yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada produk hotel lainnya dengan jumlah variabel yang lebih luas, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan pelanggan pada Hotel Romyta Kupang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief. 2007 **Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan**. Malang: Bayumedia Publising.
- Assauri, Sofjan. 1987. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Pertama, Jakarta. Penerbit CV. Rajawali, Jakarta.
- Assegaff. 2009. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)**. [http://eprints. Uns.ac.id/eprint 1720](http://eprints.Uns.ac.id/eprint/1720).
- Buchori, Andika. 2006. **Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Mutu Pelayanan Pada Hotel Holiday Inn Bandung**. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Institut Pertanian Bogor. Uri <http://2repositori.ipb.ac.id/handle/123456789/10105>.
- Hasan, Ali. 2010, **Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan**. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Hastuti, Retno Dwi 2006. **Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Hotel Di Surakarta**. [http://eprints umss.ac.cgi/oai2](http://eprints.umss.ac.cgi/oai2).
- Kotler, Philip and Armstrong. 2008. *Principles of Marketing*. 13th Edition, Pearson Educational Internasional, Upper Saddle River, New Jersey. Bob Sabran (alih bahasa). 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, 2012. **Marketing Management**. 13th Edition, New Jersey: Person Prentice Hall, Benyamin Molan (Penerjemah). 2014. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2011. **Marketing Management**. 13th Edition, Person Prentice Hall, New Jersey: Anies Lastiapti (penerjemah). 2012. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Litvin, Stephen W, Goldsmith Ronald E, and Pan Bin, 2006. **Electronic Word of Mouth In Hospitality and Tourism Management**.  
[https://en.Wikipedia.org.../ Word\\_Travel\\_and\\_Tourism\\_Council-wttc](https://en.Wikipedia.org.../Word_Travel_and_Tourism_Council-wttc)  
([www.gemlight-nyoss.blogspot.com](http://www.gemlight-nyoss.blogspot.com)).
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011, **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi kedua. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.

- Moenir, Has. 2001. **Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia**. Edisi V. Jakarta: Bumi Aksara. <https://digilib.urs.ac.id>
- Novel, Hedithya dan Napitupulu, Humala L. 2014. **Penilaian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Metode Sevferly (Service Performance) dan Customer Satisfaction Index**. <https://lit.ui.ac.id/uiibo/detail.jesp?id=130833> & lokasi=lokasi.
- Sofian, (2002). **Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Hubungannya, Dengan Kepuasan Pelanggan**. (Studi Kasus: Jasa Internet Cyber Mahasiswa IPB di Bogor). Skripsi, Departemen Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Institut Pertanian Bogor. <http://eprints.uns.ac.id/eprint/1420>.
- Sukardi, Elisabeth. 2013. **Pengaruh Atmosfer Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Memilih Hunian Pada Sasando Internasional Hotel Kupang**. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang.
- Sulistiono, Budi Ari. 2010. **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Menginap (Studi Pada Hotel Sronol Indah Semarang**. <http://jurnal.blogspot.com...14> September 2012.
- Supranto. 2011, **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Pemasaran Strategik**. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Waty, Indah. 2010. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Dana Solo**. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/19539>.
- Www. **Rhynanana**. Blogspot.com.