

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan pada BAB IV, maka peneliti membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Tangible* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.
2. *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan peneliti yaitu *Responsiveness* diduga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.
3. Setelah peneliti melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Tangible* dan *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Garuda Plaza Hotel Medan, maka dapat disimpulkan bahwa *Tangible* dan *Responsiveness* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Tangible* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, namun beberapa hal masih harus diperhatikan seperti melakukan servis AC (*Air Conditioner*) secara berkala, meningkatkan kualitas perangkat dan jangkauan Wi-Fi, menggunakan *rooms furniture* yang *up to date* dan menjaga kebersihan dan kualitas linen yang digunakan agar pelanggan merasa lebih nyaman ketika menginap di Garuda Plaza Hotel Medan.
2. Sementara untuk variabel *Responsiveness*, perlu diperhatikan peningkatan kualitas pelayanan oleh *staff* hotel khususnya *staff Front Office Departement* karena mereka memiliki peran penting dalam menciptakan kesan pertama dan terakhir bagi tamu hotel yang akan menentukan keinginan dan motivasi tamu untuk kembali lagi atau tidak ke hotel. Penanganan keluhan pelanggan hotel dengan menerapkan metode HEAT (*hear them out, empathize, apologize dan taking action dan follow up*).  
*Hear them out* yang meliputi mendengarkan keluhan pelanggan dengan seksama. *Empathize* meliputi ikut merasakan apa yang dirasakan oleh pelanggan. *Apologize* yaitu meminta maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang dirasakan. Sedangkan *taking action* dan *follow up* yaitu memberikan solusi dan melakukan tindakan yang tepat atas keluhan yang dirasakan oleh pelanggan hotel. Untuk meningkatkan kualitas

pelayanan bisa dilakukan melalui *workshop*, kelas *training* atau program *mentoring* kepada *staff* hotel.

3. Kepada peneliti selanjutnya, karena penelitian ini mengangkat pengaruh *Tangible* dan *Responsiveness* yang memiliki nilai R Square rendah yaitu 46,1% dan sisanya 53,9% merupakan faktor lainnya diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Maka peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam dengan menambahkan atau mengganti variabel bebas terhadap Kepuasan Pelanggan seperti *empathy*, *assurance*, *reliability* atau dimensi kualitas pelayanan yang lainnya.