

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, maka bisa ditarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data *Service Quality* terdapat 10 atribut kuat yang penting untuk diimplementasikan pada layanan Salsa Beach Hotel dan terdapat 13 atribut lemah yang tidak terlalu penting untuk diimplementasikan pada layanan Salsa Beach Hotel.
2. Berdasarkan pengolahan data *Refined Kano* terdapat atribut yang termasuk pada kategori *Refined Kano* yaitu 3 atribut termasuk pada kategori *less attractive*, 4 atribut termasuk pada kategori *necessary*, 3 atribut termasuk pada kategori *high value-added*, 4 atribut termasuk pada kategori *critical*, 4 atribut termasuk pada kategori *care-free*, 2 atribut termasuk pada kategori *potential*, dan 3 atribut termasuk pada kategori *low value-added*.
3. Berdasarkan dari *True Customer Needs* terdapat 8 atribut yang perlu ditingkatkan untuk diberikan rekomendasi. Rekomendasi yang diberikan adalah karyawan melakukan pemeriksaan rutin di area hotel, pengadaan produk yang ada di kamar mandi atau perbaikan fasilitas, menyediakan tempat parkir tambahan, memberikan pembekalan dan motivasi kerja, dan menambahkan metode pembayaran yang mudah seperti QRIS untuk semua bank dan aplikasi layanan keuangan digital.

6.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka diberikan saran sebagai berikut:

1. Manajemen hotel diharapkan memprioritaskan kedua kategori *Refined Kano* yaitu *high value-added* dan *critical* karena keduanya sangat berpengaruh dengan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah kuesioner kepuasan untuk mengetahui *rating* dari setiap atribut.

3. Penyusunan pertanyaan kuesioner harus lebih bervariasi supaya memudahkan pelanggan dalam pengisian kuesioner dan supaya pelanggan tidak bosan dengan pertanyaan yang diberikan hanya itu – itu saja.
4. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian yaitu membandingkan kedua objek penelitian.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan mengambil responden yang sudah pernah menginap minimal 2 kali supaya mendapatkan data yang lebih bervariasi karena apabila pelanggan sudah pernah menginap 2 kali maka pelanggan bisa membandingkan pelayanan yang pertama dan kedua.

