

BAB V

PENUTUP

A.KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka Peneliti menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian maka variabel kualitas pelayanan yang meliputi tampilan fisik / *tangible* (X1), keterpercayaan / *reliability* (X2), daya tanggap / *responsiveness* (X3), jaminan / *assurance* (X4), kepedulian / *empathy* (X5) terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Incla Saumlaki berpengaruh secara positif dan signifikan. Hal ini terbukti dari F hitung (23,138) > dari F tabel (2,43) atau signifikan F (0,000) < (0,05) dengan persamaan : $Y = -7,144 + 0,401 X_1 + 0,486 X_2 + 0,526 X_3 + 0,475 X_4 + 0,436 X_5$
2. Variabel kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah jaminan (*assurance*) karena memiliki nilai p value yang paling kecil yakni 0,000 disamping itu memiliki nilai beta standardized yang paling besar di banding dengan variabel lainnya yakni sebesar

B. SARAN

dari hasil kesimpulan yang telah di kemukakan, maka saran yang peneliti dapat sebagai bahan pertimbangan bagi pihak HOTEL INCLA SAUMLAKI adalah sebagai berikut:

1. Kepada pengelola HOTEL INCLA SAUMLAKI agar menyadari pentingnya kualitas pelayanan jasa karena menunjang kepercayaan dari para konsumen.
2. Di sarankan kepada perusahaan agar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen pada hotel incla saumlaki hendaknya tetap memperhatikan kualitas layanan yang meliputi Tampilan Fisik / *Tangible* , Keterpercayaan / *Reliability* , Daya Tanggap / *Responsiveness* , Jaminan / *Assurance* , Kepedulian / *Empathy* dalam melakukan pelayanan kepada konsumen.
3. Mengingat bahwa Jaminan (*assurance*) merupakan variabel yang paling dominan, maka di sarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan jaminan keamanan, kepercayaan konsumen, membina hubungan baik dengan konsumen, dan meningkatkan kemampuan dan kompetensi karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen.

Daftar Pustaka

Berry, Paranusaraman, dan Zeithaml.(1998).*The Service-Quality puzzle*.Business

Fandy Tjiptono, 2006, *manajemen jasa*, Penerbit Andy, Yogyakarta

Fandy Tjiptono, (2006 : 59) *manajemen jasa*, Penerbit Andy, Yogyakarta

Kotler dan Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.jogjakerta.

Kotler, Philip dan A, B, Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler Philp,*manajemen pemasaran* (Edisi ketiga belas,cetakan ketujuh)

Parasuraman. 1998. *Through Quality. New York Competing.Marketing Service: Free Press*.

Rangkuti, 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti (2003 : 28) . *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sulastiyono, (2006:5) *penerbit ALFABETA bandung edisi pertama*

Soetjiptno 1997, *service Quality alternatif pendekatan tahun XXVI, no, 01, januari*

Wisnalmawati, (2005) *pengaruh persepsi dimensi kualitas layanan terhadap keputusan konsumen*

Zeithami, (2000 : 82) *riset pemasaran cetakan 1 – yogyakarta*