

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian “*Pengaruh Perceived Service Quality, Harga dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya*” yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Perceived service quality* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya karena hasil jawaban responden pada uji deskriptif terdapat item pernyataan dengan nilai rata-rata terkecil yaitu karyawan Hotel Cleo Jemursari Surabaya memberikan pelayanan yang akurat sesuai kebutuhan dan tepat waktu memiliki nilai rata-rata terkecil. Hal ini menjadi pemicu tidak berpengaruhnya variabel *perceived service quality*.
2. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya karena hasil jawaban responden pada uji deskriptif terdapat item pernyataan dengan nilai rata-rata terbesar yaitu harga yang diberikan hotel Cleo Jemursari Surabaya sesuai dengan manfaat kenyamanan tempat menginap bagi pelanggan. Sehingga hal ini menjadi pemicu berpengaruhnya harga terhadap loyalitas pelanggan.
3. Fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya karena hasil jawaban responden pada uji deskriptif terdapat pernyataan dengan nilai rata-rata terbesar yaitu pernyataan di lantai 1 Hotel Cleo Jemursari Surabaya tersedia fasilitas pendukung lobby, lift,



tangga darurat, café & resto, meja dan kursi makan, meja bar, alat makan, buku menu, toilet umum, telepon, dan *business corner* dengan nilai rata-rata sebesar 4,40. Hal ini menjadi pemicu berpengaruhnya fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.

2 Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Hotel Cleo Jemursari Surabaya
 - a. Berdasarkan hasil penelitian kepada pelanggan hotel Cleo Jemursari, *perceived service quality* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena pelayanan yang kurang akurat dan cepat maka diharapkan pihak hotel untuk meningkatkan pelayanannya supaya lebih akurat sesuai kebutuhan pelanggan dan tepat waktu. Karyawan hotel Cleo jemursari Surabaya diharapkan membantu dan merespon pelanggan lebih cepat.
 - b. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap variabel harga pada uji deskriptif, item pernyataan harga pada hotel Cleo Jemursari memiliki daya saing terhadap harga kompetitor memiliki nilai rata-rata rendah. Maka saran penulis pihak hotel melakukan survey terhadap harga para kompetitor dan disesuaikan supaya tetap bersaing.
 - c. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap variabel fasilitas pada uji deskriptif, item pernyataan hotel Cleo Jemursari Surabaya memiliki fasilitas pakiran yang luas dan bersih memiliki nilai rata-rata terendah. Maka diharapkan pihak manajemen Hotel Cleo Jemursari



Surabaya dapat menyediakan parkir yang lebih luas dan bersih sehingga cukup menampung semua kendaraan pelanggan.

2. Bagi penelitian selanjutnya.

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived service quality* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Diharapkan peneliti dapat melakukan kembali penelitian pada variabel *perceived service quality* terhadap loyalitas pelanggan kembali supaya menjadi pembandingan dengan penelitian yang sudah dilakukan.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian dengan sampel yang lebih banyak supaya bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang kondisi yang sedang diuji secara luas.
- c. Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas lain yang tidak dipakai pada penelitian ini untuk lebih mengembangkan dan memahami variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel lain yang bisa digunakan seperti motivasi, store atmosphere, dan brand awareness. Harapannya penelitian selanjutnya dapat memberikan pengetahuan yang lebih terbaru.



DAFTAR PUSTAKA

Apriliani, NLP., Anggraini, NPN., dan Ribek, P.,K., 2022, Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali, *Jurnal EMAS*, 3(3), 217-230.

Budi, P. 2016. *Manajemen Strategi*. Jakarta : PT. Setia Purna.

Derdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Labibbarrahman, MF., Kusnadi, E., dan Fandiyanto, R., 2022, Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Variabel intervening Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Rengganis Pasir Putih Kabupaten Situbondo, *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur JME*), 1(5), 1017-1028.

Li, Anwar. dan Asiah. 2018. *Statistika Pengendalian Mutu Internal mendukung Penerapan ISO/IEC 17025:2017*. Bogor: IPB Press.

Memambang, 2014, *Dasar – Dasar Pemasaran*, Penerbit Gosyen Publishing, Yogyakarta.

Rey, 2018. *Manajemen Strategik*. Editor Adi Pramono. Penerbit PT. Gashindo, Jakarta.

Robbier dan Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.

Munggaran, AB. 2019. Mengukur Harga Produk dan Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Industri Ritel. *Jurnal Bisnismen : Riset Bisnis dan Manajemen*. 1(1).

Nasib et al. 2021. *Konsep Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Kampus Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa*. Surabaya : Global Aksara Press.

Sarasdiyanthi, Mananda, dan Suardana, 2016, Pengaruh citra merek dan persepsi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada online travel agent airasia go, *Jurnal Industri Perjalanan Wisata*, 4(2), 7-10

Sari. Mila, T. Siswati, A. Suparto, A. Jonata, I. F. Ambarsari, N. Azizah, W. Safitri, N. Hasanah. Agusti, E. Gravitaniani, dan Andalia, N. 2022. *Metdologi Penelitian*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.



Septiyowati, EA dan Oetomo, HW. 2017. Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Mengiap. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 6(9).

Situmeang, Lina Sari. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayann, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pda Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Skripsi. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.

Sudaryono. 2021. *Statistik II: Statistik Inferensial Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Sudjianto, E. Y., dan Japariato, E., 2017, Pengaruh *Perceived Service Quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* di hotel kartika graha malang, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 54-60.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

_____. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sundari, Eva. 2021. *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam: Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*. Indramayu : CV. Adanu Abimata.

Suparyanto, RW dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In media.

Ujiyotono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.

_____. 2015. *Manajemen Jasa*. Malang. Bantu Media

_____, dan Chandra, G. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta. Andi. (edisi 4)

_____, 2019. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta. Andi. (edisi 5)



Utari, W. 2015. Pengaruh Kualitas layanan, Harga, Varian obat dan Fasiitas Terhadap Keputusan Pelanggan Apotek yakersuda Bangkalan. *Jurnal Neo-Bis*. 8(1)

Widyaningrum, ID. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*.

Yusuf, M. dan Daris, L. 2018. *Analisis Data Penelitian: Teori Dan Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press.