

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa:

1. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan pada dasarnya klasifikasi Hotel berbintang dua seperti Odua Bekasi memiliki kekurangan dalam fasilitas yang di sediakan. Maka dari itu pelanggan kurang puas dengan fasilitas yang terdaapat di Hotel Odua Bekasi.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dikarenakan Hotel Odua Bekasi mengutamakan Kualitas pelayanan yang baik agar tamu Hotel Odua Bekasi merasakan kenyamanan seperti di rumah sendiri.
3. Kesimpulannya dari ke dua Variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan yaitu Fasilitas membuat tamu Hotel Odua Bekasi tidak mempermasalahkan kurangnya fasilitas yang disediakan oleh pihak Hotel Odua Bekasi sedangkan, Manajemen Hotel Odua Bekasi mengutamakan Kualitas pelayanan agar tamu tetap nyaman pada pelayanan kami berikan.

5.2 Implikasi Manajerial

Dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Hotel Odua Bekasi perlu meningkatkan dan memfokuskan strategi pemasaran perusahaan mereka pada kualitas pelayanan dan fasilitas. Memberikan pelayanan sesuai dengan spesifikasinya. Terutama fokus pada layanan yang diberikan guna menjamin para pelanggan dalam memberikan pandangan dan tanggapan yang baik, empati kepada perusahaan dalam menciptakan konsumen yang loyal.
2. Perusahaan juga harus memperhatikan fasilitas dan kebersihan yang

tersedia karena walaupun fasilitas standar bagi pengunjung hotel. Tetapi fasilitas juga mempengaruhi kenyamanan bagi para pengunjung hotel.

3. Perusahaan yang berfokus di bidang jasa perhotelan juga perlu memperhatikan temuan penelitian ini dengan meningkatkan kepuasan pelanggan di perusahaan terutama bidang perhotelan dengan fokus pada kualitas pelayanan dan fasilitas perusahaan yang diharapkan perusahaan tersebut dapat sukses bersaing di era persaingan yang ketat saat ini.
4. Untuk peneliti lainnya di bidang pemasaran juga bisa meneliti tentang penelitian ini namun pada perusahaan yang lain atau objek lain ataupun dengan memodifikasi model ataupun dengan menambah variabel ataupun dengan merubah variabel tidak bebas untuk mengetahui respon pelanggan.

