

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Pada penelitian ini akan menyimpulkan hasil penelitian dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Servicescape* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Tamu Pada Swiss Belhotel Harbour Bay”. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. *Servicescape* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,151 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,151 (lebih besar dari t_{tabel} 1,97646) dan nilai signifikansi 0,033 (lebih kecil dari nilai α nya 0.05).
2. *Service quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0.181 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.530 (lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,97646) dan nilai signifikansi 0,012 (lebih kecil dari nilai α 0.05).
3. *Servicescape* dan *service quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 5,112 (lebih besar dari F_{tabel} 3,06) dan nilai signifikansi 0,007 (lebih besar dari nilai α 0,05).
4. Hasil analisis determinasi atau koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil perhitungan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,066 atau sebesar 6,6%.

Variabel kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel *servicescape* dan *service quality* sebesar 6,6% sedangkan sisanya sebesar 93,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti loyalitas tamu, *brand image*, promosi, harga, dan lain-lain.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan kesimpulan, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Manajemen hotel diharapkan dapat meningkatkan *servicescape* (lingkungan fisik) hotel agar tamu hotel merasa puas dan mempunyai keinginan untuk berkunjung kembali atau membeli ulang jasa yang disediakan pada Swiss Belhotel Harbour Bay.
2. Manajemen hotel diharapkan selalu konsisten dan meningkatkan *service quality* (kualitas pelayanan) hotel agar tamu merasa puas karena mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya, serta menciptakan loyalitas tamu untuk menggunakan kembali jasa pada Swiss Belhotel Harbour Bay.
3. Manajemen hotel diharapkan dapat menjaga kepuasan tamu selain agar tamu dapat membeli ulang jasa, diharapkan tamu dapat menjadi sumber informasi untuk menceritakan pengalaman menginapnya untuk menarik calon tamu lainnya untuk berkunjung dan menggunakan jasa pada Swiss Belhotel Harbour Bay.
4. Karena penelitian ini menggunakan variabel *servicescape*, *service quality* dan kepuasan tamu, maka diharapkan untuk penelitian

selanjutnya tidak menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti loyalitas tamu, *brand image*, promosi, harga, dan lain-lain.