

## **BAB VI**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa :
  - a. Kualitas Pelayanan (KP) yang menjadi X1 mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 4,320 hal ini berarti bawa KP berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel INNA Surabaya.
  - b. Fasilitas (F) yang menjadi X2 mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,199 dengan t hitung sebesar 1,299 hal ini berarti variabel (F) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel INNA Surabaya.
2. Secara bersama-sama Kualitas pelayanan (KP) dan Fasilitas (F) yang memiliki signifikansi sebesar 0,000 dengan F hitung 33,019 hal ini berarti berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel INNA Surabaya.

#### **6.2 Implikasi**

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini berimplikasi pada dukungan teori dari Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:180) Dalam Rahmatriana

- (2013) kualitas adalah seluruh fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Namun implikasi teori lainnya tidak sependapat dengan teori yang dikemukakan oleh Agus Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan – kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel
2. Secara penelitian, implikasinya dapat dilihat bahwa kepuasan tidak hanya dapat diukur dari lengkap nya fasilitas yang ada, tetapi ada factor lain yang mendukung factor kepuasan pelanggan.

### **6.3 Saran**

1. Bagi perusahaan/ obyek penelitian diharapkan lebih menjaga Kualitas pelayanan guna mendapatkan kepercayaan para pengunjung atau pengguna jasanya.
2. Bagi peneliti yang tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut mengenai Kepuasan Pelanggan ada baiknya jika menggunakan variabel bebas yang lebih banyak dan mewakili gambaran atau cakupan luas yang digunakan dalam penelitian mengenai kepuasan pelanggan.