

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 102 responden, dapat disimpulkan bahwa pemberian layanan *complimentary* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan tamu hotel. Sebagian besar tamu menyatakan puas terhadap kualitas, kejelasan informasi, dan kenyamanan yang diperoleh dari layanan tambahan seperti *welcome drink*, *voucher* makanan/minuman, dan *late check-out*. Hasil ini menjawab rumusan masalah pertama dan tujuan penelitian pertama, yaitu bahwa *complimentary* mampu meningkatkan kepuasan tamu hotel.

Selanjutnya analisis menggunakan metode statistik deskriptif untuk melihat hubungan antara variabel *complimentary* dengan kepuasan tamu hotel. Berdasarkan pada **Gambar 4.4** *welcome drink* dan *voucher* makanan/minuman) yang memberi peningkatan kepuasan pada mayoritas responden. Di sisi lain, atribut seperti kebersihan fasilitas dan kejelasan informasi dari staf merupakan *basic factors* yang wajib dipenuhi agar tamu tidak merasa kecewa. Dengan demikian, hasil ini juga menjawab rumusan dan tujuan penelitian ketiga, yaitu identifikasi jenis *complimentary* yang paling efektif dalam memengaruhi persepsi tamu.

Mengenai pengaruh *complimentary* terhadap loyalitas tamu, belum terjawab secara langsung dalam penelitian ini, karena data loyalitas (misalnya : niat kembali, merekomendasikan, atau frekuensi kunjungan) belum menjadi fokus utama dalam pengumpulan data.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa hal yang dapat disarankan, antara lain :

1. Hotel sebaiknya memprioritaskan *complimentary* yang berdampak tinggi seperti *welcome drink* dan *voucher* makanan/minuman, karena terbukti meningkatkan kenyamanan dan persepsi positif tamu.
2. Staf hotel perlu dilatih untuk menjelaskan informasi *complimentary* secara jelas dan personal, karena komunikasi yang baik merupakan *basic factors* dalam membenntuk kepuasan tamu.

3. Fasilitas dasar seperti kebersihan dan keamanan wajib dijaga konsisten, karena hal ini sangat mempengaruhi persepsi awal dan kepuasan minimum tamu.

Sedangkan untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variable loyalitas tamu, seperti niat kembali dan rekomendasi kepada orang lain, agar dapat menjawab pengaruh jangka panjang dari pemberian *complimentary* terhadap loyalitas pelanggan. Hotel juga dapat menyesuaikan *complimentary* berdasarkan demografi atau preferensi tamu, sehingga menciptakan efek kejutan positif dan pengalaman yang lebih personal.