

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5. 1. KESIMPULAN

Keseluruhan hipotesa penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut ;

1. Hipotesa Variabel Kesesuaian Harga & Fasilitas (x_1) berpengaruh terhadap keputusan menginap. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kesesuaian Harga & Fasilitas (x_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,867. ($t_{0.05;98} = 1,98$)
2. Hipotesa Variabel Pelayanan (x_2) berpengaruh terhadap keputusan menginap. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Pelayanan (x_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,311. ($t_{0.05;98} = 1,98$)
3. Hipotesa Variabel Keamanan (x_3) berpengaruh terhadap keputusan menginap. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Keamanan (x_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,575. ($t_{0.05;98} = 1,98$)

4. Berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan regresi linier berganda, maka disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut, yaitu Variabel Kesesuaian Harga dan Fasilitas (x_1), Pelayanan (x_2), bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan untuk menginap di Hotel Quality Solo, dengan nilai F_{hitung} sebesar 58,967.
5. Dari hasil penelitian yang dilakukan, Variabel Kesesuaian Harga dan Fasilitas mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap keputusan untuk menginap yaitu dengan t_{hitung} sebesar 7,867, kemudian diikuti dengan variabel pelayanan dengan t_{hitung} sebesar 2,311. Berkaitan dengan hal tersebut maka manajemen Hotel Quality Solo sebaiknya menekankan strategi pemasaran pada masalah yang berkaitan dengan Harga.
6. Nilai R^2 yang diperoleh adalah 0,648. Dengan nilai sebesar 64,8% ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel - variabel independen menjelaskan variabel dependen. Keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Quality Solo dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel independennya yaitu Variabel Kesesuaian Harga dan Fasilitas (33,69%), Pelayanan (19,25%), dan Keamanan (11,86%). Sementara sisanya dijelaskan variabel-variabel lain yang tidak terdapat atau menjadi bagian dari persamaan regresi ini.

7. Berdasarkan hasil analisa diskriptif pada variabel Pelayanan, terdapat beberapa item yang menunjukkan bahwa konsumen masih belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Quality Hotel Solo, diantaranya adalah kebersihan kamar dengan nilai mean sebesar 3,79, keramahan Room Boy dengan nilai mean sebesar 3,83, ketenangan suasana kamar hotel dengan nilai mean sebesar 3,84 dan keamanan dalam kamar dengan nilai mean sebesar 3.88

5. 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil kesimpulan tersebut, maka penulis memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen hotel/ pemasaran yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran dimasa yang akan datang, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan harus memperhatikan Variabel Kesesuaian Harga dan Fasilitas, dan Pelayanan karena kedua variabel tersebut sangat signifikan mempengaruhi terhadap keputusan untuk menginap.
2. Variabel Kesesuaian Harga dan Fasilitas harus lebih diperhatikan karena merupakan variabel yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap melalui:

- ***Menawarkan harga yang kompetitif dari pesaingnya***

Dalam situasi krisis dan kondisi ekonomi yang belum pulih seutuhnya, perbedaan harga sangat sensitif bagi konsumen. Akan tetapi harga yang

ditawarkan akan menjadi tidak berarti apabila di imbangi dengan pemberian pelayanan, fasilitas dan rasa aman yang baik serta keuntungan – keuntungan tambahan yang mungkin diperoleh oleh konsumen.

- ***Meningkatkan kebersihan kamar.***

Kamar dalam marketing merupakan hal yang penting, karena kamar adalah produk utama yang ditawarkan dari pihak hotel kepada konsumen. Oleh karena itu untuk meningkatkan kebersihan kamar sebaiknya pihak Hotel meningkatkan frekuensi pembersihan kamar, walaupun kamar tersebut tidak ditempati atau tingkat hunian hotel dibawah rata-rata, dalam beberapa hari sekali dilakukan pembersihan.

Apabila perusahaan merasa terbebani oleh kegiatan kegiatan tersebut, maka dapat dilakukan cara lain yaitu menyediakan kamar kepada konsumen dengan cara merata, atau pemakaian kamar dalam 3 hari tidak melebihi satu kali, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya perawatan dan tenaga yang dikeluarkan.

- ***Meningkatkan keramahan karyawan***

Karyawan yang sering berhubungan langsung dengan konsumen (seperti *Roomboy, concierge, waiter/ es*) juga memegang peranan penting terhadap kepuasan para tamu. Konsumen akan merasa betah apabila karyawan memperlakukan tamu Hotel dengan ramah. Oleh karena itu untuk meningkatkan keramahan dengan cara melakukan *training* terlebih dahulu terhadap para karyawan – karyawan tersebut, terutama yang sering berhubungan dengan tamu. Melalui *Training* minimal 1 kali sebulan

tersebut karyawan dapat dididik untuk memperlakukan para tamu dengan ramah. Selain itu pihak hotel harus memperhatikan/ memberikan Reward yang diberikan kepada karyawan melalui kenaikan gaji dengan memberikan sebagai saham pada karyawan yang diwakili oleh serikat pekerjaannya. Pihak hotel juga dapat meningkatkan keramahan karyawan dengan cara memotivasi mereka yaitu dengan memilih salah satu dari mereka untuk menjadi *Employee of the Week*, dan lain sebagainya. Pemberian *Reward* dan motivasi ini secara tidak langsung juga akan mempengaruhi kinerja karyawan untuk memperlakukan para tamu lebih ramah, sehingga tamu akan merasa lebih puas dan betah selama tinggal di hotel.

- ***Meningkatkan suasana kamar Hotel***

Hal - hal yang menyebabkan terganggunya ketenangan para tamu didalam kamar hotel biasanya berasal dari luar, seperti suara anak yang berteriak di lorong atau koridor hotel dan juga dari luar hotel. Upaya pihak hotel untuk meningkatkan ketenangan suasana kamar hotel adalah dengan memasang interior kamar yang sekaligus berfungsi sebagai peredam suara. Lorong hotel juga sebaiknya menggunakan karpet dari bahan-bahan yang juga berfungsi sebagai peredam suara. Selain itu pihak hotel juga dapat menambah peredam suara pada fasilitas *Music Room*, meskipun letaknya sudah memadai yaitu berada di lantai bawah (*Basement*) karena suara pada *Music Room* pada waktu malam dapat mengganggu ketenangan suasana kamar.

- ***Meningkatkan keamanan dalam kamar Hotel***

Pihak hotel sebaiknya menyediakan *Safety Deposit Box* di setiap kamar kepada tamu yang menginap, sehingga tamu dapat menyimpan barang-barang berharga mereka tanpa merasa was-was apabila menyimpan di kamar. Untuk menjaga keamanan kunci magnetis maka perusahaan sebaiknya melakukan perubahan kode pada kartu satu kali untuk beberapa periode sehingga keamanan kamar hotel dapat lebih dijaga.

