

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dilihat dari *adjusted r square* sebesar 0,058 atau 5,8% ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat sangat rendah.
2. *Servicscape* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap, hal ini menunjukkan bahwa tamu saat akan memilih hotel untuk menginap tidak mempedulikan tentang kondisi fisik lingkungan dari hotel yang akan dipilih.
3. Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap, hal ini menunjukkan bahwa tamu saat akan memilih hotel untuk menginap memperhatikan harga terlebih dahulu harga kamar hotel tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan sebagai berikut :

1. Memberikan potongan harga sebesar 20% setelah menginap 3 kali sehingga tamu akan merasa puas dan akan memilih Fairfield by Marriott Surabaya sebagai hotel rekomendasi.
2. Memberikan *voucher breakfast free*, harga khusus bagi *Marriott Reward Member*, agar tamu merasa puas dan mendapatkan beberapa keuntungan setelah menginap di Hotel Fairfield by Marriott Surabaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, Tahun 2016, ISBN. 978-602-6756-02-2
- Bitner, Marry. Jo., 1992. Servicescape: The Impact Of Physical Surrounding On Customer and Employees. *Journal Of Marketing*, 56 (2), 57-71.
- Catur, R, E. 2005, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Cetakan Keempat, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta.
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Direktorat Jendral Pariwisata No.12/U/II/88 tahun 1998.
- Disbudpar, Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur Tahun 2016 Dalam Angka
- Ghozali, I, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmani, 2008, Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Turi Baru Surabaya. *Jurnal: Alfabeta*.
- Hightower Jr, R. 2009. Servicescapes Hierarchical Factor Structure Model. *Global Review of Bussiness and Economic Research* , 5(2), 375-398.
- Kotler, P and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lawson, F, 1976. *Hotel Motels and Condominiums (Design Planning and Maintenance)*, First Publish Great Britain b The Architectural Press LTD, London.
- Lovelock, C. 2011. *Service Marketing* 7th Edition. Prentice Hall. USA.
- _____, Wirtz, Jochen., and, Mussry, Jacky. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, dan Strategi (Perspektif Indonesia)* Jilid Kedua Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- _____, dan Gummesson. (2011). *Pemasaran Jasa* (Seventh ed.). Erlangga.
- Manoppo, F. (2014). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. Manado: *Jurnal EMBA* Vol.1 No.4.

Musriha, 2012. Effect of Servicescape and Employee Communication Quality on Customer Loyalty of Mandiri Bank in Surabaya. *Academic Research International*. 2 (1): 229-240.

Pangkey, Tito P. (2014). Analisis Servicescape Terhadap Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Hotel Quality Manado, *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3. Priyatno, D.

2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: Mediakom.

Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.

Setiadi, J.N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.

Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Tarsito. Bandung

Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sulastiyono, A, 2001. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. (2011), *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.

Ujang, S, 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Widiyanto, I. 2008. *Metodologi Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Wijaya, T. (2009). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.

