

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

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

1. Berdasarkan karakteristik reponden diketahui bahwa mayoritas konsumen yang memutuskan menginap adalah laki-laki.
2. Berdasarkan karakteristik responden usia konsumen diketahui bahwa mayoritas konsumen yang memutuskan menginap usia 26-34 tahun.
3. Berdasarkan karakteristik responden profesi konsumen diketahui bahwa mayoritas konsumen memutuskan menginap yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta
4. Harga (X1) tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap, hal ini menunjukkan bahwa konsumen saat menginap tidak melihat dari segi harga yang ditetapkan tetapi konsumen memiliki beberapa pertimbangan untuk mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap.
5. Lokasi (X2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap, hal ini menunjukkan bahwa konsumen saat memutuskan untuk menginap pasti akan memilih lokasi yang sesuai dengan arah dan tujuan konsumen itu sendiri.

6. Promosi (X3) mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap, hal ini menunjukkan bahwa konsumen saat memutuskan menginap akan melihat promosi-promosi serta tawaran-tawaran yang diberikan oleh hotel kepada konsumen sehingga membuat konsumen untuk memutuskan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya
7. Kualitas Pelayanan (X4) mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap, hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan menginap karena pelayanan yang dimiliki oleh Hotel Gunawangsa Manyar sangatlah membuat konsumen merasa nyaman sehingga konsumen memutuskan untuk menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya.
8. Fasilitas (X5) tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap, hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan untuk menginap bukan karena fasilitas apa yang hotel tersebut miliki melainkan beberapa faktor lainnya yang dapat menunjang konsumen untuk memutuskan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya.
9. *Physical Evidence* (X6) tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap, hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak melihat bentuk fisik dari Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Selain itu konsumen pasti memiliki beberapa pertimbangan yang akan menjadikan konsumen untuk memutuskan menginap.

10. Harga (X1), Lokasi (X2), Promosi (X3), Kualitas Pelayanan (X4), Fasilitas (X5), dan *Physical Evidence* (X6) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen untuk Menginap di Hotel Gunawangsa Manyar

11. Berdasarkan hasil uji t di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya menghasilkan variabel lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap dari pada variabel harga, fasilitas, dan *physical evidence* yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk memutuskan menginap. Sehingga pada uji t dapat disimpulkan bahwa konsumen Hotel Gunawangsa Manyar memutuskan menginap berdasarkan lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan yang hotel tersebut miliki.

12. Hasil koefisien determinasi diperoleh dari nilai *Adjusted R Square* 0,368. Hal ini berarti pengaruh harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan, fasilitas, dan *physical evidence* terhadap keputusan konsumen untuk menginap rendah.

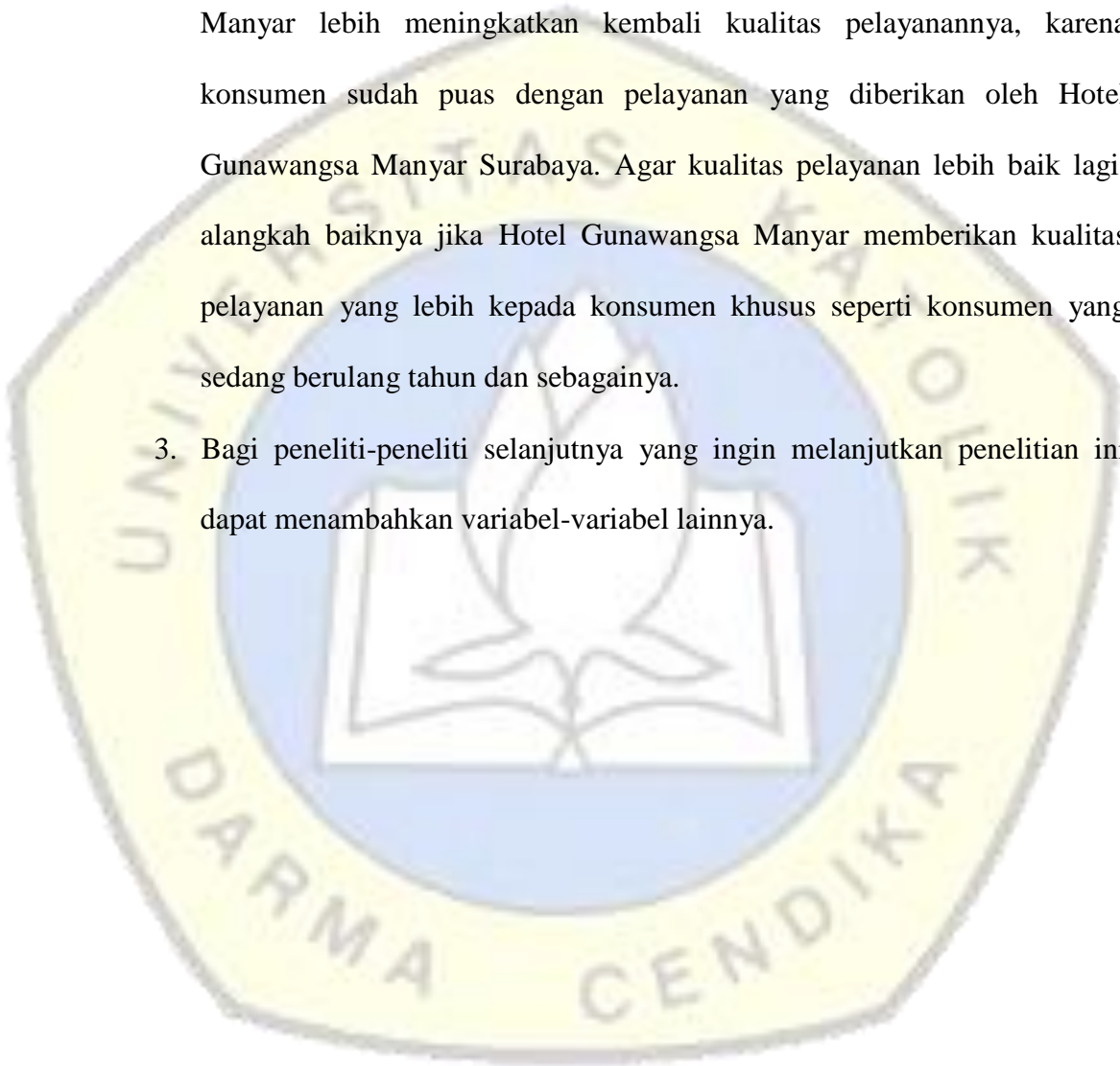
5.2 Saran

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

1. Dari hasil penelitian, variabel lokasi yang memiliki pengaruh signifikan yang dapat dilihat dari uji t, maka Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya disarankan untuk lebih memberikan beberapa rangkaian paket promosi karena dari segi lokasi, Hotel Gunawangsa Manyar sangat dekat dengan

pusat keramaian serta beberapa tempat wisata yang menarik konsumen untuk memutuskan menginap di hotel tersebut.

2. Dari hasil penelitian ini juga, variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap. Hotel Gunawangsa Manyar lebih meningkatkan kembali kualitas pelayanannya, karena konsumen sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Agar kualitas pelayanan lebih baik lagi, alangkah baiknya jika Hotel Gunawangsa Manyar memberikan kualitas pelayanan yang lebih kepada konsumen khusus seperti konsumen yang sedang berulang tahun dan sebagainya.
3. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini dapat menambahkan variabel-variabel lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Efrianto, Arga. 2016. Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Layanan terhadap Keputusan Menginap di Hotel The Alana Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset*. Vol.5. No.9. September
- Bairi, Mita, Antony Stefanus Purba, dan Ferdi Silva Yandi. 2018. Pengaruh Lokasi, Harga, dan Fasilitas Hotel terhadap Keputusan Menginap Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Pariwisata*. Vol.1. No.2.
- Chandra, S.M. dan Marian V.J Tielung. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsmen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamena. *Jurnal EMBA*. Vol.3. No.3. September 2015.
- Erisha, Mia dan Girang Razati 2016. Pengaruh Kinerja *People* dan *Physical Evidance* Terhadap Keputusan Menginap (Survei Terhadap Tamu Hotel Kampung Sumber Alam Garut). *Journal of Business Management Education*. Vol.1. No.2. Agustus
- Fahmi, Irham. 2016. *Teori Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*, edisi pertama, cetakan kedua, PT Rajagrafindo, Jakarta
- Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal. 2012. Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pembelian Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis*. Vol.1. No.2. 2012.
- Haming, Murdifin dan Dr. Mahfud Nurjamuddin. 2007. *Manajemen Produksi Modern*, cetakan pertama, PT Bumi Aksara, Jakarta
- Kotler, P. dan K. L. Keller 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2, PT Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta.
- _____ dan G. Armstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Pertama. Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- _____. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, PT Prehallindo, Jakarta.
- Kusuma, Rizal Wahyu. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.4. No.12. Desember
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu. Jakarta
- Manap, H Abdul, 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*, edisi asli, Mitra Wacana Media, Jakarta

- Manullang, M dan Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Indomedia Pustaka, Yogyakarta
- Mulyono, Sri. 2017. *Statistika untuk ekonomi & bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Nurhayati, Arifin Utha, dan H Makmur Kambolong. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap Konsumen pada Hotel Zahra Syahriah Kendari. *Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administasi Universitas Halu Oleo Kendari*. Vol.1. No.2. 2016
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, ANDI, Yogyakarta
- _____ 2010. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS v 22*, Mediakom, Yogyakarta
- _____ 2011. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*, ANDI, Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Grafika Merdi Yuana, Bogor
- Rusli, Muhammad. 2014. *Pengelolaan Statistik yang menyenangkan*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Salindebo, Erna, Rotinsulu Jopie Jorie, dan Alfa Willem Tumbuan 2014. Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Listrik Pintar pada Wilayah Manado Malalayang 1. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen*. Vol.2. No.3. September 2014.
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, edisi 1, Andi Offset, Yogyakarta
- Setyowati, Efriyanda Ary dan Hening Widi Oetomo. 2017. Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Proses Pengambilan Keputusan Menginap. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.6. No.9. September 2017.
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, cetakan pertama, Deepublish, Yogyakarta
- Suharjo, Bambang. 2013. *Statistika Terapan disertai contoh aplikasi dengan sps*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed Methods)*, Alfabeta, Bandung
- Suparyanto dan Rosad, 2015. *Manajemen pemasaran*, IN MEDIA, Bogor

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*, edisi kedua, ANDI, Yogyakarta

Wahyu, Rizal. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.4.No.12. Desember 2015

Widada, Haryana Sapt. 2017. Pengaruh *product, price, place, promotion*, dan *physical evidence* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Hotel Cakra Kusuma Yogyakarta). *Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta*. Vol.1.No.1

