

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari analisa dan pembahasan yang sudah dilakukan dan juga dari data yang telah diuji tentang Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian dan Keputusan Pembelian pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya dengan menggunakan metode regresi linear berganda yang dihasilkan melalui uji hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- | Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian (Y1) pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya
- | *Word Of Mouth* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian (Y1) pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
- | Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian (Y1) pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
- | Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2) pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
- | *Word Of Mouth* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2) pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.



Kualitas Pembelian (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2) pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya..

Minat Pembelian (Y1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2) pada HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah ditulis diatas, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

Meningkatkan Kualitas Produk dengan cara pihak hotel menerapkan dekorasi yang tidak monoton tetapi juga tidak berlebihan sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan dapat memberikan kesan bagi konsumen.

Meningkatkan *Word Of Mouth* dengan cara pihak hotel membuat layanan apabila konsumen membuat postingan dan komentar positif mengenai hotel di *instagram* dengan lokasi di HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya konsumen tersebut akan mendapatkan *free snack* pada saat menginap.

Meningkatkan Kualitas Pelayanan seperti membantu konsumen untuk mencari transportasi saat akan berpergian, jika ingin menggunakan transportasi lain, membantu mencari tiket sehingga konsumen lebih merasa terbantu.

Meningkatkan Minat Pembelian dengan cara pihak HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya membuat kode referral untuk





konsumen dan jika konsumen tersebut berniat mengajak orang lain untuk menginap, orang tersebut mendapat potongan harga atau diskon khusus, dengan adanya diskon akan meningkatkan ketertarikan konsumen dan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya berkaitan dengan variabel-variabel lain yang tidak digunakan oleh peneliti pada penelitian ini, seperti: harga, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen, dll sehingga dapat memperbanyak referensi dan dengan harapan penelitian selanjutnya nanti dapat memberikan pengetahuan yang diperbarui.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T., dan Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Rajagrafindo. Depok: PT.Rajagrafindo Persada.

Aghniya, Khilda Fauziyah. (2019). Pengaruh Lokasi dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Kopi Euy! (Coffee Shop) Jl. Tamansari No.50 Bandung). *Skripsi*. Bandung: Universitas Pasundan.

Agnelia, R. A., dan Wardhana, A. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneurship*. Vol.1(2).

Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 11–24.

Arianto, N., dan S. Ad Difa.(2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*. Vol.3(2).

Arianto, Nurmin. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. *Skripsi*. Banten: Universitas Pamulang.

Ayuk, K dan I. Gusti. (2019). Pengaruh Kuliatas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemedasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.8(3).

Bahy, D dan H. Suprihhadi. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembellian Jasa Di J&T Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.7(12). 1-14.

Basuki, R. (2022). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya Di Indonesia 2021*. Penerbit Badan Statistik Indonesia.

Daulay, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan). *Skripsi*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Dwiyanti,E. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri. *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Effendy, Mohamad dan Widyastuti, Devi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Usaha Cuci Mobil “Salem” Desa Sumokembangsari Kecamatan Balongbendi Kabupaten





Sidoarjo). *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Vol, 02(3). 447-457.

Ferdinand, Agusty. (2014). *Metodelogi Penelitian Ilmiah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Penerbit CV Budi Utama. Yogyakarta

Gaol. A. H. L, H. Kumar dan H. J. Sibari. (2021). Pengaruh Minat Beli, Karakteristik Produk dan Penilaian Konsumen Terhadap Pembelian Produk Selama Pandemi Covid-19 Pada Pengguna Aplikasi Online Di Kota Medan. *Jurnal Akmami*. Vol.2(2).

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Penerbit Badan Penerbit UNDIP. Semarang.

Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Penerbit Transmedia Grafika. Yogyakarta

Haqiqi, N., dan W. Handari. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farm Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*. Vol.5(3).

Ikandar, M. Zamzam. (2020). Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Perusahaan, dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Produk (Survei Pada Pelanggan Solaria Paris Van Java Bandung. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pasundan.

Jeany. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. *Skripsi*. Batam: Universitas Putera Batam.

Joesyiana, Kiki. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Voluta*. Vol.4(01). 71-85.

Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Penerbit: Raja Grafindo Persada. Jakarta

Ketut, N., dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol.2(1).

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta

_____, dan Kevin Lane Keller . (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1.Ed 13.Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Penerbit Erlangga. Jakarta.

_____, dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

_____, Philip, dan Keller. (2016). *Marketing Manajement*. Edisi 15. England. Pearson.

Liputan6, (2020), Hotel Jatim Berkembang Pesat Ini Alasannya. <https://surabaya.liputan6.com/read/4186682/hotel-di-jatim-berkembang-pesat-ini-alasannya>. (Diakses Tgl 1 September 2022: Pk. 20.00).

Maramis, Sepang dan Soegoto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.3. Hal. 1658 – 1667.

Marlena, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Nadiya, Farisa Hasna., dan S. Wahyuningsi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3Second di Marketplace. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*. Vol.3. 1096-1104.

Nur, A. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Pasundan Pusat Dukuh Waluh, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas). *Skripsi*. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri.

Patama, A dan J. Ardhy. (2017). Analisa Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Perceived Value Pada Hotel X Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia

Purwaningrum, H. (2021). *Hospitality Industry*. Penerbit Insan Medika. Sumatra Barat.

Ramadani, M., (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone. *IQTISHADEquity*. Vol(2). 36-46

Rattu, R., S. Mandey, dan R. Kawett. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Laptop Pada Toko Gamers Gear Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1(1).

Rizky, M. F., dan Yasin, H.. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. Vol. 14(2).



Salim dan Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan : Metode, Pendekatan , dan Jenis*. Penerbit Kencana. Jakarta.

Saputra, H., Muhazirin, B., dan Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kulaitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan*. Vol.1(1).

Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.

_____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Alfabeta. Jakarta

Panjung, Agustini. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*. Vol.5 (3). 1-18.

Eiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI. Yogyakarta

_____, dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.

_____. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Eiptono, F., dan Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik (edisi ke 3)*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.

Wahyudi. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel Grand Kalampa Di Kabupaten Takalar. *Skripsi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Wibowati, J. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Adminika*. Vol.7(1). 94-110.



Wicaksono, Kevin. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Wisnu, G dan I. Gusti. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian, *E-Jurnal Manajemen*, Vol.9(7).

Yunus, F. M. (2021). Mempengaruhi Kualitas Produk, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Kecantikan Ms Glow Bekasi. *Tesis*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).