

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *servicescape* tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Bagi konsumen variabel *servicescape* sudah dipahami dan konsumen merasa yakin bahwa *servicescape* telah disediakan dengan baik oleh pihak hotel Gunawangsa Manyar Surabaya sehingga dalam memutuskan untuk menginap di hotel Gunawangsa Manyar Surabaya konsumen sudah tidak memperhitungkan lagi masalah *servicescape* ini sehingga *servicescape* menjadi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya.
2. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Indikator harga yang paling berpengaruh terhadap keputusan menginap adalah memperoleh fasilitas yang sesuai dengan uang yang dibayar. Hal ini didasari pada indikator memperoleh fasilitas yang sesuai dengan uang yang dibayar yang mempunyai rata-rata mean paling tinggi diantara indikator harga lainnya yaitu sebesar 4,22
3. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Bagi konsumen variabel kualitas pelayanan sudah dipahami dan konsumen merasa yakin bahwa kualitas pelayanan telah dilakukan dengan baik oleh pihak Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Sehingga dalam memutuskan untuk menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya konsumen sudah tidak memperhitungkan lagi masalah kualitas pelayanan ini sehingga kualitas pelayanan menjadi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya.
4. Variabel situasi covid 19 tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya. Bagi konsumen variabel situasi



covid 19 sudah dipahami dan konsumen merasa yakin bahwa situasi covid 19 ini telah disediakan dengan baik perlengkapan untuk protokol kesehatan oleh pihak Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya, sehingga dalam memutuskan untuk menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya konsumen sudah tidak memperhitungkan lagi masalah situasi covid 19 ini sehingga situasi covid 19 menjadi tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya.

## 5.2 Saran

### a. Saran untuk Universitas

Penelitian yang dilakukan menggunakan 4 variabel, yang paling mempengaruhi keputusan menginap diantaranya variabel harga yang mempunyai pengaruh sebesar 20,1%. Berdasarkan hal tersebut, maka pihak universitas diharapkan dapat mengarahkan kepada mahasiswa lain yang akan melanjutkan penelitian yang sama untuk dapat meneliti variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap diluar penelitian sebesar 79,9 %.

### b. Saran Untuk Perusahaan

Indikator harga kamar dan fasilitas yang sesuai dengan uang yang dibayar merupakan indikator yang paling berpengaruh dari variabel harga lainnya. Pihak hotel disarankan agar terus menyesuaikan tingkatan harga yang sesuai dengan daya beli para tamu serta meningkatkan kualitas produk berupa fasilitas yang disediakan bagi para tamu, sehingga diharapkan tamu akan merasa puas pada saat menginap di Hotel Gunawangsa Manyar Surabaya.



## Daftar Pustaka

- Amrullah, Pamasang S. Siburian, dan Saida Zainurossalamia ZA. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Universitas Mulawarman. Vol.13. No.2 (99-118).
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anggraini, Novita. 2018. Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zaman Hijab Collection Warujayeng. *Skripsi*. Kendiri: Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia.
- Annisha dan Eko Prastiyo. 2019. Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*. Akademi Pariwisata (AKPAR) Pertiwi. Vol.4. No.1 (1-85).
- Baiti. 2013. Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Hotel Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Pariwisata*. Universitas Matana. Vol.1 No.1. Maret (47-58).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2019. *Indikator Makro Sosial Ekonomi Jawa Timur*. ISBN 978-602-6756-02-2.
- Briggs, David. 2020. *Asia-Pacific Journal Of Health Management. Journal Management*. Vol. 15, No. 1
- Direktorat Jenderal Pariwisata No.12/U/II/88 Tahun 1988.
- Dr. Harmadi, Sonny Harry B. 2020. Pedoman Perubahan Perilaku Penanganan Covid 19. Januari: Penerbit BNPB.
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Besehati Celaca. *Jurnal EMBA*. FE-USRM, Manado.
- Fahleti, Widya Hana. 2017. Pengaruh Servicescape, Kualitas Layanan dan Harga terhadap keputusan menginap pelanggan. *JEMI*. Vol.18, No.2.
- Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- George R. Terry. 2012. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Harmani. 2011. Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Turi Surabaya, *Jurnal: Alfabeta*. Surabaya.





- Hartini, Sri. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *Jurnal Manajemen*. Vol. 3, No.1
- Heizer dan Render. 2010. *Operations Management*, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River. New Jersey.
- Jamal, Tazim dan Christine Budke. (2020). "Tourism in a World with Pandemics: Local-Global Responsibility and Action." *Journal Of Tourism Futures*, Vol. 6 No. 2, pp 181-188.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2015. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Andi: Yogyakarta.
- Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas. 2020. Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*. Vol.22, No.1.
- Kadek Ria Mariska Antari, Ketut Dunia, dan Luh Indrayani. 2014. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Universitas Pendidikan Ganesha. Vol.4. No.1 (1-11).
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Keputusan Menteri Parpostel No Km 94/HK103/MPPT 1987.
- Kurniawan, Heri Diyan. 2018. Pengaruh Harga, Lokasi dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*. Vol.1., No.4.
- Lap – Kwong D. 2017. *The Role Of Servicescape In Hotel Buffet Restaurant*. *Journal Hotel & Business Management*. Vol. 6, No. 1
- Lovelock, Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Malhotra, Naresh K. 2011. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT. Index.
- Manoppo. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Manado. Vol.9. No.4
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta. Riadi Muchlisin, 2016. Pengertian, Peranan dan Tujuan Penetapan Harga. (Online), tersedia <https://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-peranan-dan-tujuan-penetapan-harga.html?m=1>), diunduh 16 April 2018.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



- Permatasari, Elien Nira. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Minimarket. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pangkey. 2015. Analisis Servicescape Terhadap Loyalitas Pengunjung Hotel Quality. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Manado. Vol.16. No.2.
- Rachman, Denny Aditya. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Diponegoro. Vol.1 Maret (1-8).
- Rani Puspa, Angrian Permana, dan Sesiyana Nuryanti. Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. STIE Bina Bangsa. Vol.3. No.2 (205-215).
- Rohmah, Miftahur. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Universitas Riau. Vol.5. No.2. hal 10.
- Ruslin, Eva D. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. Vol.16. Vol.2. hal 11.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sulastiyono, Agus. 2012. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: C.V. Alfabeta.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Untoro, Joko. 2010. *Ekonomi*. Jakarta: Kawah Media.
- Widyatini dan Kartini. 2014. Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. UIN Sunan Kalijaga. Vol.9. No.1. hal 83.
- Widyarini dan Kartini. 2015. Variabel That Influence The Decision to Chooso Islamic Hotel. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Jakarta. Vol.9 No.5. hal 10.
- Zeithmal dan Bitner. 2015. Pengaruh kualitas, lokasi dan servicescape terhadap keputusan menginap pelangga. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. Vol.4, No.1. hal 10.