

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis*, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi *above market pricing* Hotel Yehezkiel Bandung terdiri dari lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana dan citra. Secara keseluruhan memiliki penilaian yang baik dari tamu Hotel Yehezkiel Bandung. Strategi *above market pricing* yang memiliki penilaian kinerja dan pengaruh tertinggi terhadap keputusan menginap adalah kualitas produk. Hal ini dikarenakan Hotel Yehezkiel melakukan renovasi bangunan dan mengganti seluruh fasilitas kamar dengan yang lebih baik.
2. Penilaian keputusan menginap yang diindikasikan dalam pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan dealer, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Pemilihan produk mendapatkan skor yang tertinggi. Hal ini dikarenakan Hotel Yehezkiel Bandung memiliki produk atau kamar yang lebih baik dibandingkan hotel melati lainnya, Hotel Yehezkiel Bandung memberikan fasilitas yang setara dengan hotel bintang 2.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan strategi *above market pricing* yang terdiri dari lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana, dan citra

memiliki pengaruh yang tinggi terhadap keputusan menginap di Hotel Yehezkiel Bandung, baik itu secara simultan maupun parsial.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Strategi *above market pricing* terbukti mampu mempengaruhi keputusan untuk menginap di Hotel Yehezkiel Bandung, akan tetapi ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki, seperti kenyamanan dalam memarkirkan kendaraan. Hal ini dapat diantisipasi dengan menambah karyawan yang khusus membantu tamu dalam memarkirkan kendaraan tamu sehingga tamu merasa lebih mudah dalam memarkirkan kendaraannya.
2. Keputusan menginap di Hotel Yehezkiel Bandung telah memperoleh penilaian yang baik dari tamu, namun reservasi menginap melalui *travel agent* memperoleh penilaian terendah. Hal ini dikarenakan Hotel Yehezkiel Bandung membatasi kerjasama dengan *travel agent* karena memiliki pengalaman yang kurang baik, yaitu terlambatnya pembayaran dari *travel agent*. Hal ini dapat diatasi dengan membuat perjanjian atau kontrak pembayaran dilakukan oleh *travel agent* sebelum tamu yang menggunakan jasa *travel agent* tersebut *check in* di Hotel Yehezkiel Bandung.
3. Dari hasil penelitian, pelaksanaan strategi *above market pricing* mempunyai pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Yehezkiel Bandung, oleh karena itu, secara keseluruhan perusahaan dapat mempertahankan strategi *above market pricing* dengan meningkatkan kualitas produk, kualitas

pelayanan, suasana dan citra hotel sehingga harga yang ditetapkan sesuai dengan pengalaman yang diperoleh tamu saat menginap di Hotel Yehezkiel Bandung. Perusahaan dapat pula melakukan riset untuk mengetahui sejauh mana tingkat penilaian tamu mengenai lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana, dan citra Hotel Yehezkiel Bandung, sehingga hasilnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam kebijakan penetapan harga.

4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada tamu individu saja. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya dalam keputusan menginap di Hotel Yehezkiel Bandung, para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup keseluruhan segmen tamu yang pernah menginap di Hotel Yehezkiel Bandung, tidak terbatas hanya pada tamu individu saja.