

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Program *meeting packages* di Hotel Panghegar Bandung terdiri dari fitur (*features*), desain/gaya (*styling*), kemasan (*packaging*), merek (*brand*), dan penyampaian jasa (*service delivery*). Secara umum tamu hotel pengguna *meeting packages* memiliki penilaian baik terhadap program ini. Program *meeting packages* yang memiliki pengaruh paling tinggi terhadap keputusan pembelian adalah dimensi kemasan (*packaging*).
2. Tanggapan penilaian tamu terhadap keputusan pembelian di Hotel Panghegar Bandung yang meliputi keputusan pembelian berdasarkan *brand*, waktu pembelian, saluran distribusi, serta metode pembayaran secara rata-rata memiliki penilaian baik, namun penilaian tertinggi terdapat pada keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh *brand*.
3. Program *meeting packages* memiliki pengaruh tinggi terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa program *meeting packages* yang dilakukan oleh manajemen Hotel Panghegar Bandung melalui fitur (*features*), desain/gaya (*styling*), kemasan (*packaging*), merek (*brand*), dan penyampaian jasa (*service delivery*) mampu mempengaruhi keputusan pembelian tamu hotel pengguna *meeting packages*.

## 5.2 Rekomendasi

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

1. Program *meeting packages* terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian di Hotel Panghegar Bandung, akan tetapi ada beberapa unsur didalamnya yang perlu untuk lebih di perhatikan, seperti pada desain/gaya (*styling*) yang diaplikasikan pada dekorasi ruangan dan desain yang ditampilkan. Hal ini dapat diantisipasi dengan memberikan keunikan tersendiri yang di buat semenarik mungkin seperti membuat dekorasi yang mengarah kepada modernisasi tanpa mengubah ciri dari Hotel Panghegar sendiri.
2. Rekomendasi dari peneliti berkaitan dengan keputusan pembelian di Hotel Panghegar Bandung yaitu dengan terus mengembangkan program-program tertentu yang menjadi daya tarik bagi tamu, dimana salah satunya melalui program *meeting packages* yang secara umum dapat memberikan kemudahan dan keuntungan bagi tamu seperti penambahan metode pembayaran secara *online*, sehingga pada akhirnya tamu lebih tertarik melakukan keputusan pembelian di Hotel Panghegar Bandung.
3. Saran penulis untuk meningkatkan dan mempertahankan volume penjualan melalui keputusan pembelian Hotel Panghegar Bandung adalah dengan meningkatkan program *meeting packages* salah satunya melalui peningkatan kinerja karyawan. Pengaplikasian yang pada saat ini sudah mengikuti SOP perusahaan, sebisa mungkin dilakukan program pengaplikasian lainnya atau

pembaharuan SOP agar dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian bagi tamu khususnya pengguna *meeting packages*.

4. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Hotel Panghegar Bandung, para peneliti dapat mengangkat masalah mengenai program-program pengembangan proyek grup Hotel Panghegar, yaitu Grand Royal Panghegar yang merupakan sebuah eksklusif komplek yang terdiri dari *residential apartment, condotels, hotel and convention* yang disertai dengan komersial area untuk *exclusive restaurant, shopping arcade, office park, leisure and business centre*.

