

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form sebanyak 97 responden kepada tamu yang akan berkunjung ke Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung menggunakan dua analisis utama yaitu deskriptif dan verifikatif dan penelitian ini pun menggunakan metode analisis jalur regresi berganda dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antara pengaruh *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan pengolahan data yang telah dibuat maka terciptalah beberapa kesimpulan yang dapat dibuat oleh penulis diantaranya.

1. Penerapan *customer perception* maupun *hotel attribute* yang dilakukan oleh Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *purchase decision*. Tanggapan para responden yang telah mengisi *kuesioner* penelitian kali ini berada dalam kategori tinggi yang berdampak pada *purchase decision* tamu untuk menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung menjadi tinggi juga.
2. Pada variable *purchase decision* para tamu atau responden yang akan menginap atau melakukan kunjungan ke Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung memiliki tanggapan yang termasuk ke dalam kategori yang tinggi. Dengan *payment method* yang menjadi salah satu dimensi yang mempunyai skor tertinggi para tamu merasa puas atas kemudahan yang diberikan untuk melakukan pembayaran di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Sedangkan untuk tanggapan yang mendapatkan skor terendah yaitu *product choice*, hal ini dapat terjadi dikarenakan kurang banyaknya pilihan produk yang disediakan oleh pihak Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung sehingga pilihan para tamu pun menjadi terbatas.
3. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan antara *customer perception* dan *hotel attribute* (x) terhadap *customer purchase decision* (y) di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung yang menjadi objek penelitian. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* di

Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *customer perception* dan *hotel attribute* (x) di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung memiliki pengaruh terhadap *purchase decision* (y).

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dengan menyebarkan kuesioner melalui google form sebanyak 97 responden kepada tamu yang akan berkunjung ke Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung maka penulis dapat membuat saran atau rekomendasi mengenai Gambaran *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung sebagai berikut.

1. Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat diketahui bahwa Pelaksanaan konsep *customer perception* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung dapat menjadi upaya untuk meningkatkan *purchase decision*. Sebab *customer perception* ini pendapat tamu yang pernah melakukan kunjungan ke Hotel Kapsul Bobobox menjadi salah satu cara yang memiliki dampak yang cukup besar terhadap *purchase decision*. di Bobobox Kota Bandung.
2. Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat diketahui bahwa Dengan adanya *hotel attribute* di Hotel Kapsul bobobox Kota Bandung dapat memberikan hasil yang cukup signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini dapat terjadi karena hotel atribut memberikan kenyamanan terhadap tamu salah satunya pemberian fasilitas yang membuat tamu merasa nyaman maka hal itu dapat memberikan pengaruh terhadap *purchase decision*..
3. Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat diketahui bahwa temuan penelitian secara empiris, *purchase decision* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung dapat ditingkatkan dengan mengimplementasikan *customer perception* dan *hotel attribute*. Hal ini dapat terjadi dikarenakan perilaku para tamu mengenai apa yang mereka ekspetasikan setidaknya harus sesuai dengan apa yang mereka dapatkan.