

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah bentuk jawaban dari setiap rumusan masalah yang telah dirumuskan pada bab 1. Berdasarkan hasil pengkajian teori kemudian dilakukan analisis melalui pengujian regresi linier sederhana mengenai harga *e-commerce account* Agoda terhadap keputusan menginap tamu, peneliti mendapatkan 3 buah hasil kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang dirumuskan yaitu :

- 1. Kesimpulan pertama mengenai harga kamar Serela Hotel Riau Bandung pada *website* Agoda** adalah program promosi harga yang dilakukan oleh Serela Hotel Riau Bandung pada *website* Agoda secara keseluruhan dinilai telah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh tamu yang menggunakan *website* Agoda. Dengan program promosi harga pada *website* Agoda dapat terbentuk kepercayaan antar pihak hotel dan Agoda yang menawarkan penjualan promo kamar Serela Hotel Riau Bandung dengan tamu yang menggunakan *website* Agoda. Pada penelitian ini diketahui bahwa harga kamar Serela Hotel Riau Bandung pada *e-commerce account* Agoda sesuai dengan apa yang dirasakan oleh tamu.
- 2. Kesimpulan kedua mengenai keputusan menginap di Serela Riau Hotel Bandung** adalah keputusan menginap yang dilakukan oleh tamu yang menggunakan *website* Agoda di Serela Hotel Riau Bandung secara keseluruhan dapat dinilai bahwa keinginan tamu untuk memutuskan menginap di Serela Riau Hotel Bandung itu tinggi. Keputusan menginap ini terdiri dari keputusan menginap berdasarkan merek, keputusan menginap berdasarkan pemilihan penyalur pemesanan kamar, dan ke

putusan menginap berdasarkan metode pembayaran. Dari hal ini dapat dikatakan bahwa tamu pengguna *website* Agoda yang memutuskan menginap di Serela Hotel Riau melakukan pemesanan kamar melalui Agoda karena informasi yang didapatkan sangat jelas dan kenyamanan serta kemudahan dalam mengakses *website* Agoda.

3. Kesimpulan ketiga mengenai pengaruh *harga-e-commerce account* Agoda terhadap keputusan menginap di Serela Hotel Riau Bandung adalah *harga-e-commerce account* Agoda memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menginap di Serela Hotel Riau Bandung. Sehingga *harga-e-commerce account* Agoda memiliki pengaruh yang kuat, positif dan juga signifikan terhadap keputusan menginap di Serela Hotel Riau Bandung. Tetapi apabila dilihat dari teori Henry Harteveldt yang di dalamnya menyebutkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan tamu memilih internet *booking* yakni harga, kenyamanan, dan informasi yang didapatkan pada penelitian ini harga yang memiliki pengaruh sebesar 39,4% dengan tingkat interpretasi yang rendah dari keseluruhan variabel yang menjadi pengaruh keputusan menginap.

Maka dapat dikatakan para tamu melakukan pemesanan kamar melalui *website* Agoda tidak hanya melihat harga yang ditawarkan, tetapi para tamu lebih mengutamakan kenyamanan dalam melakukan pemesanan kamar serta kemudahan dalam pembayaran pemesanan kamar. Dan selain itu juga tamu dapat menghemat uang dan waktu untuk mendapatkan informasi tentang Serela Hotel Riau Bandung.

Maka dapat dikatakan para tamu melakukan pemesanan kamar melalui *website* Agoda tidak hanya melihat harga yang ditawarkan, tetapi para tamu lebih mengutamakan kenyamanan dalam melakukan pemesanan kamar serta kemudahan dalam pembayaran pemesanan kamar.

Dan selain itu juga tamu dapat menghemat uang dan waktu untuk mendapatkan informasi tentang Serela Hotel Riau Bandung.

5.2 Saran

Saran dan masukan dari peneliti setelah melakukan penelitian mengenai *e-commerce account* Agoda di Serela Hotel Riau Bandung adalah:

1. Pada *harga-e-commerce account* Agoda, pihak Serela Hotel Riau Bandung dan Agoda harus lebih banyak membuat variasi harga kamar seperti *room rate with breakfast and shopping voucher*, menambah ragam promosi *room rate* seperti *room rate free extra bed for foreigner guest*, dan menambahkan *privilege* (hak istimewa) *free dinner for purchasing Deluxe Suite room and Regal Suite room* untuk ditawarkan kepada tamu yang menggunakan *website* Agoda agar peningkatan jumlah penjualan kamar menjadi lebih tinggi sehingga *revenue* bagi pihak hotel dan pihak Agoda menjadi lebih baik.
2. Pada *variable keputusan pembelian*, pihak Serela Hotel Riau Bandung dan Agoda diharapkan untuk tetap menjaga keunggulan dan citra baik Serela Hotel Riau Bandung, meningkatkan kemudahan dan menambah keragaman metode pembayaran pemesanan kamar melalui *website* Agoda selain menggunakan kartu kredit dan *gk* lebih baik lagi apabila pihak Agoda menambahkan metode pembayaran menggunakan kartu debit sehingga tamu yang melakukan pemesanan kamar pun dapat lebih meningkat lagi.

Pada penelitian ini membahas mengenai pengaruh harga kamar Serela Hotel Riau Bandung pada *e-commerce account* Agoda, diharapkan kepada peneliti berikutnya yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai *e-commerce account* dapat mengangkathalserupasehingga dapat melihat bagaimana prospek dari program ini selain dari segi harga, informasi, kenyamanan dan kemudahanserta menggunakan jumlah sampel yang lebih luas, juga metode penelitiannya dan analisis data yang berbeda. Atau dapat pula membahas masalah yang berbeda seperti kinerja karyawan di Serela Hotel Riau Bandung.