BAB 5

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan yang telah dilaksanakan dalam rangka memahami persepsi keunikan desain terhadap minat pemesanan kamar melalui persepsi nilai desain pada hotel butik di Yogyakarta, mengarah pada simpulan-simpulan berikut guna menjawab pertanyaan penelitian.

1. Dari hasil uji hipotesis ditemukan bahwa terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan dari persepsi keunikan desain terhadap persepsi nilai desain. Calon tamu cenderung menghubungkan keunikan desain dengan manfaat atau keuntungan yang lebih besar yang mereka peroleh dari pengalaman menginap. Temuan ini menunjukkan bahwa unsur keunikan desain, terutama dalam konteks visual dan estetika, berperan penting dalam membentuk persepsi nilai desain. Keunikan desain menciptakan daya tarik visual yang lebih besar dan mengundang respon positif dari individu. Hasil ini memiliki implikasi dalam hal daya tarik dan diferensiasi hotel butik di Yogyakarta. Hotel dengan desain yang dianggap unik memiliki potensi untuk menarik perhatian dan membedakan diri dari pesaing dalam industri perhotelan yang kompetitif.
2. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai yang positif dari desain secara langsung memengaruhi minat calon pengunjung untuk menginap di hotel tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang dianggap memberikan nilai positif bagi pengalaman menginap memiliki dampak yang signifikan dalam menentukan minat calon tamu untuk memesan kamar. Kesimpulan ini memiliki implikasi penting bagi hotel agar memperhatikan nilai yang diberikan oleh desain yang ada di dalam hotel. Mengkomunikasikan nilai-nilai ini secara efektif dalam pemasaran dapat meningkatkan minat pemesanan kamar.
3. Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa persepsi keunikan desain secara parsial tidak memiliki dampak yang kuat dalam mempengaruhi minat calon

tamu untuk memesan kamar di hotel butik. Kesimpulan ini memiliki implikasi dalam pengelolaan dan pemasaran hotel. Meskipun desain yang unik dapat meningkatkan daya tarik visual hotel, tetapi terdapat faktor lain yang juga berperan penting dalam membangun minat pemesanan kamar. Oleh karena itu, dalam upaya mengoptimalkan minat pemesanan, pengelola hotel butik perlu mempertimbangkan secara holistik faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemesanan calon tamu, dan tetap menjaga nilai keunikan desain sebagai elemen yang dapat memperkaya pengalaman tamu.

4. Persepsi nilai desain memainkan peran mediator yang signifikan dalam hubungan antara persepsi keunikan desain dan minat pemesanan kamar pada hotel butik di Yogyakarta. Meskipun tidak terlihat ada pengaruh langsung dari persepsi keunikan desain terhadap minat pemesanan kamar, melalui peran mediator persepsi nilai desain, pengaruh ini menjadi lebih jelas. Dengan kata lain, keunikan desain menciptakan persepsi nilai yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan minat calon tamu untuk memesan kamar di hotel butik. Kesimpulan ini memiliki implikasi penting bagi strategi pemasaran dan pengelolaan hotel butik di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat pemesanan kamar, penting bagi hotel butik untuk tidak hanya berfokus pada aspek visual dan keunikan desain semata. Mereka juga perlu memastikan bahwa desain yang unik tersebut memberikan nilai yang positif dan memadai bagi calon tamu.

1.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian pastinya tidak akan luput dari kekurangan dan keterbatasan. Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Model mediasi penuh yang diusulkan dalam penelitian ini termasuk model yang cukup sederhana untuk mencakup semua kompleksitas hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Hal ini memungkinkan bahwa

terdapat faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat pemesanan kamar yang tidak terakomodir dalam model ini.

2. Generalisasi hasil model mediasi penuh ini mungkin hanya berlaku pada konteks spesifik yang diteliti (hotel butik di Yogyakarta) dan tidak dapat dengan langsung diterapkan pada situasi lain atau jenis hotel yang berbeda.
3. Penelitian ini hanya menggunakan metode pengumpulan data tertentu, yaitu melalui pengumpulan kuesioner. Metode ini terbatas dalam hal potensi bias respons serta ketidakakuratan dalam tanggapan. Selain itu, pada metode tunggal ini dapat membatasi pemahaman yang lebih komprehensif terkait persepsi terhadap keunikan dan nilai desain dalam hubungannya dengan minat dalam memesan kamar.

1.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan studi, berikut merupakan saran bagi penelitian selanjutnya maupun untuk pihak hotel butik di Yogyakarta.

1. Bagi penelitian selanjutnya
  - a. Dalam penelitian lanjutan, dapat meneliti bagaimana elemen-elemen spesifik dalam desain hotel butik berkontribusi pada persepsi nilai yang lebih tinggi. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana desain menciptakan nilai, hotel butik dapat mengembangkan desain yang lebih efektif dan strategi pemasaran yang lebih kuat untuk mengoptimalkan minat pemesanan kamar.
  - b. Selanjutnya, penelitian selanjutnya dapat melakukan eksplorasi tentang bagaimana elemen-elemen desain berinteraksi dengan preferensi dan kebutuhan calon tamu dapat memberikan informasi yang lebih kaya tentang dinamika dalam membangun minat pemesanan kamar.
  - c. Kemudian, penelitian selanjutnya dapat mengidentifikasi apakah pengaruh mediasi ini berbeda untuk berbagai jenis tamu seperti tamu bisnis, wisatawan, atau keluarga.
  - d. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif sehingga dapat memberikan

pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana variabel-variabel tersebut saling berinteraksi.

2. Bagi pihak hotel butik di Yogyakarta
  - a. Pengelola hotel butik perlu memperhatikan bagaimana desain yang unik dapat menciptakan pengalaman dan manfaat yang positif bagi calon tamu. Dengan menciptakan persepsi nilai yang kuat, hotel butik akan mampu mendorong minat pemesanan kamar yang lebih besar. Selain itu, mereka juga harus mempertimbangkan strategi pemasaran yang mampu mengkomunikasikan nilai-nilai ini dengan jelas kepada calon tamu.
  - b. Pengelola hotel butik sebaiknya berkomunikasi dengan jelas mengenai desain unik mereka kepada calon tamu. Ini dapat dilakukan melalui situs web, materi pemasaran, atau bahkan tur virtual. Informasi yang transparan tentang desain dapat membantu meningkatkan persepsi nilai desain.
  - c. Pengelola hotel butik dapat melakukan integrasi desain yang unik dalam semua aspek layanan hotel, mulai dari layanan tamu hingga makanan dan minuman, hal ini dapat memberikan kesan yang konsisten kepada calon tamu dan meningkatkan persepsi nilai.