

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan kajian teori, hasil penelitian dan pengujian regresi berganda yang dilaksanakan mengenai pengaruh *product bundling* dan *price bundling* terhadap keputusan menginap di D'Batoe *Boutique Hotel* Bandung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tanggapan tamu individu mengenai *Product Bundling* di D'Batoe *Boutique Hotel* Bandung dinilai baik. Indikator daya tarik terhadap paket *bundling* yang ditawarkan dengan nilai tambah yang didapat oleh tamu yang ingin menginap atau menggunakan paket-paket hotel memiliki penilaian tertinggi. Hal tersebut dikarenakan D'Batoe *Boutique Hotel* selalu berusaha memberikan nilai tambah pada paket bundlingnya semenarik mungkin agar tamu merasa tertarik untuk menggunakan jasa D'Batoe *Boutique Hotel*. Sedangkan pada indikator kesesuaian harga paket yang ditawarkan oleh D'Batoe *Boutique Hotel* sebagai hotel butik bintang 3 mendapatkan skor paling rendah karena tamu merasa kurang sepadanan jika harga paket yang terdapat di hotel butik bintang 3 harus membandingkan harga paketnya dengan harga paket yang ditawarkan di hotel dengan klasifikasi hotel yang lebih tinggi.
2. Tanggapan tamu individu mengenai *Price Bundling* di D'Batoe *Boutique Hotel* Bandung dinilai baik, indikator kesesuaian harga bundling dengan paket menginap dan bonus yang ditawarkan pada variabel *price bundling* memiliki penilaian tertinggi dikarenakan D'Batoe *Boutique Hotel* selalu melihat kecenderungan tamu yang selalu ingin mendapatkan suatu hal yang seimbang atau bahkan lebih dengan apa yang mereka keluarkan. Oleh karena itu D'Batoe *Boutique Hotel* berusaha memberikan harga *seasonal package*

yang sesuai dan spesial dengan bonus-bonus yang diberikan kepada tamu sehingga tamu tidak akan merasakan kecewa ketika membeli *seasonal package*. Sedangkan pada indikator ketepatan waktu pelaksanaan *price bundling* di D'Batoe *Boutique Hotel* mendapatkan skor paling rendah karena tamu merasa bahwa jangka waktu pelaksanaan *price bundling* terlalu singkat.

3. Tanggapan tamu mengenai keputusan menginap yang terdiri dari motif rasional (harga, kualitas, kegunaan) dan motif emosional (keramahan dan estetika) mendapat penilaian yang tinggi. Penilaian tertinggi untuk keputusan menginap yaitu pada sub variabel Estetika memiliki nilai yang paling tinggi karena D'Batoe *Boutique Hotel* selalu memberikan kenyamanan untuk setiap tamu salah satunya melalui keindahan interior hotel yang bertemakan batu sesuai dengan namanya. Sedangkan persentase nilai terendah ada pada sub variabel harga yakni sebesar 16,35%. Hal ini dikarenakan harga kamar yang ditawarkan oleh D'Batoe *Boutique Hotel* cenderung lebih mahal dibandingkan hotel-hotel lain yang ada di sekitarnya.
4. *Product Bundling* dan *Price Bundling* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap yang terdiri dari motif rasional (harga, kualitas, kegunaan) dan motif emosional (keramahan dan estetika) dengan tingkat pengaruh cukup tinggi (sedang).

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis memberikan rekomendasi untuk Manajemen D'Batoe *Boutique Hotel* sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian pada *product bundling* terdapat penilaian paling rendah, yakni kesesuaian harga paket yang ditawarkan D'Batoe *Boutique Hotel* sebagai hotel butik bintang 3. Maka diharapkan pihak manajemen D'Batoe *Boutique Hotel* memikirkan dan menyusun kembali paket-paket yang telah dibuat dan disesuaikan dengan kategori hotel D'Batoe sendiri yang merupakan hotel butik bintang 3.

2. Berdasarkan hasil penelitian pada *price bundling* terdapat penilaian paling rendah, yakni ketepatan waktu pelaksanaan *price bundling* di D'Batoe *Boutique Hotel*. Maka diharapkan pihak manajemen D'Batoe *Boutique Hotel* dapat menyusun dan menambahkan jangka waktu pelaksanaan paket-paket *price bundling*.
3. Berdasarkan hasil penelitian, penilaian terendah dari keputusan menginap disini terdapat pada sub variabel harga, yakni harga kamar yang ditawarkan D'Batoe *Boutique Hotel* yang cukup mahal. Diharapkan pihak Manajemen D'Batoe *Boutique Hotel* mengatur ulang harga kamar yang telah ditentukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu agar tamu individu tetap memilih untuk menginap di D'Batoe *Boutique Hotel*.
4. Penerapan *product bundling* dan *price bundling* yang dilaksanakan di D'Batoe *Boutique Hotel* mendapatkan penilaian yang cukup baik oleh tamu individu yang menginap. Oleh sebab itu, disarankan kepada hotel untuk mempertahankan strategi *product bundling* dan *price bundling* yang sudah dilaksanakan dan atau ditingkatkan lagi dengan cara lebih memperhatikan indikator-indikator yang masih dinilai rendah oleh tamu individu.
5. Penelitian ini masih terdapat kekurangan seperti dalam kajian teoritik *product bundling*, *price bundling* dan keputusan menginap. Diharapkan penelitian selanjutnya lebih rinci dalam membahas ketiga konsep dalam pemasaran tersebut dengan pembahasan teori yang luas seperti *pricing strategy*, *product bundle pricing*, *pure bundling*, *mixed bundling*, dan *unbundling*. Selain itu, penelitian ini hanya meneliti pada tamu individu yang menginap di D'Batoe *Boutique Hotel* Bandung. Rekomendasi kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti secara lebih luas seperti kepada tamu individu mancanegara yang menginap di D'Batoe *Boutique Hotel* Bandung.