

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan regresi berganda baik secara deskriptif dan verikatif antara analisis keputusan pembelian melalui *Augmented Product* di Golden Flower Hotel dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Augmented Product* di Golden Flower Hotel terdiri dari fitur (*features*), gaya/desain (*styling*), kemasan (*packaging*), merek (*brand*), penyampaian jasa (*service delivery*). Secara umum tamu hotel pengguna meeting packages memiliki penilaian baik terhadap *augmented product*. *Augmented Product* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah dimensi desain/gaya (*styling*).
2. Tanggapan penilaian tamu terhadap keputusan pembelian di Golden Flower Hotel yang meliputi keputusan pembelian terhadap *brand*, waktu pembelian, saluran distribusi, dan metode pembayaran. Secara rata-rata memiliki penilaian baik, namun penilaian tertinggi terdapat pada keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian.
3. *Augmented product* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *augmented product* yang dilakukan oleh Golden Flower Hotel melalui fitur (*features*), desain/gaya (*styling*), kemasan (*packaging*), merek (*brand*), dan penyampaian jasa (*service delivery*) mampu mempengaruhi keputusan pembelian tamu hotel pengguna *meeting packages*.

5.1 Rekomendasi

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

1. *Augmented Product* terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian di Golden Flower Hotel, akan tetapi ada beberapa unsur didalamnya yang perlu untuk lebih diperhatikan, seperti pada kemasan (*packaging*) yang diaplikasikan pada kemasan (*packaging*) *meeting package* yang berupa unsur-unsur berwujud ataupun tak berwujud misalkan dengan menambah fasilitas di ruangan *meeting* dengan jaringan wifi atau mesin foto *copy* pribadi di masing-masing ruangan agar mempermudah para tamu untuk melakukan kegiatan bisnisnya.
2. Rekomendasi dari peneliti berkaitan dengan keputusan pembelian di Golden Flower Hotel yaitu dengan terus mengembangkan program-program tertentu yang menjadi daya tarik bagi tamu dimana salah satunya melalui *augmented product* 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 Golden Flower Hotel.
3. Saran penulis untuk meningkatkan dan mempertahankan volume penjualan melalui keputusan pembelian Golden Flower Hotel adalah dengan meningkatkan *Augmented Product* salah satunya melalui peningkatan kinerja kariawan. Pengaplikasiannya yang pada saat ini sudah mengikuti SOP perusahaan.
4. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Golden Flower Hotel peneliti dapat mengangkat masalah tentang dimensi *product* lainya yang berhubungan

dengan *meeting packages* ataupun tingkat keputusan pembelian kamar yang dapat mempengaruhi pendapatan di Golden Flower Hotel.

