

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi berganda, antara *price fairness* terhadap *behavioral intention* di Aston Cirebon Hotel & Convention Center, maka penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan gambaran mengenai *price fairness* di Aston Cirebon Hotel & Convention Center yang terdiri dari *treatment experience*, *price knowledge*, *price expectation* dan *price information* berada dikategorikan tinggi. Dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi adalah *treatment experience*, ini menunjukkan bahwa tamu merasa puas atas pelayanan di Aston Cirebon Hotel & Convention Center. Dimensi yang mendapatkan penilaian terendah adalah *price knowledge*, ini menunjukkan bahwa pengetahuan tamu mengenai harga sangatlah rendah.
2. Berdasarkan gambaran mengenai *behavioral intention* di Aston Cirebon Hotel & Convention Center yang terdiri dari *repurchase intention*, *price premium* dan *word of mouth* berada dikategori tinggi. Penilaian tertinggi adalah *word of mouth*, ini menunjukkan bahwa terjadi *word of mouth* yang positif dari hasil tanggapan tamu di Aston Cirebon Hotel & Convention Center. Sedangkan yang mendapatkan penilaian terendah adalah *price premium*, dimana tanggapan tamu cukup bersedia untuk menginap kembali di Aston Cirebon Hotel & Convention Center.
3. *Price fairness* yang terdiri dari *treatment experience*, *price knowledge*, *price expectation* dan *price information*, secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* di Aston Cirebon Hotel & Convention Center. Secara parsial, dimensi *price knowledge* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan rekomendasi mengenai *price fairness* terhadap *behavioral intention* di Aston Cirebon Hotel & Convention Center adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *price fairness* di Aston Cirebon Hotel & Convention Center, diketahui bahwa penilaian terhadap *price knowledge* mendapatkan penilaian terendah. Diharapkan pihak hotel dapat menambahkan informasi harga kamar dengan mencantumkan fasilitas-fasilitas yang didapatkan tamu selama menginap serta mempublikasikan harga kamar di media sosial yang dapat diakses oleh tamu agar pengetahuan tamu mengenai harga akan semakin tinggi.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan fakta pada variabel *behavioral intention* di Aston Cirebon Hotel & Convention Center yang terdiri dari *repurchase intention*, *price premium* dan *word of mouth*. *Word of mouth* mendapatkan penilaian tertinggi, namun pihak hotel harus memperhatikan indikator *price premium* yang mendapatkan nilai terendah. Ketika terjadi perubahan harga diharapkan pihak hotel dapat memberikan informasi kepada tamu agar tidak terjadi hal-hal yang dapat merugikan pihak hotel atas penilaian negatif tamu, pihak hotel harus meningkatkan kualitas produk maupun fasilitas agar tamu merasa puas sehingga tercipta *behavioral intention* yang positif.
3. Berdasarkan hasil penelitian *price fairness* terhadap *behavioral intention*, maka untuk meningkatkan *behavioral intention* tamu yang menginap melalui *price fairness* diharapkan pihak hotel dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu agar tamu mendapatkan pengalaman yang baik pula selama menginap di Aston Cirebon Hotel & Convention Center dan mengendalikan harga produk yang sesuai dengan standar harga pasar serta kualitas dari produk tersebut.
4. Penulis menyadari dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan sumber teori yang digunakan, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian variabel diluar variabel yang diteliti

dan memperbanyak sumber yang digunakan serta penelitian ini hanya terbatas pada tamu individu *repeater* yang menginap di Aston Cirebon Hotel & Convention Center. Para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup keseluruhan segmen tamu yang telah menggunakan produk dan jasa di Aston Cirebon Hotel & Convention Center.