

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritik dan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisa deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan metode analisis regresi berganda yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *hotel attributes* terhadap keputusan menginap tamu individu Grand Tjokro Hotel Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan tamu individu yang telah menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung mengenai atribut hotel yang terdiri dari *service quality*, *business facility*, *value*, *room & front desk*, *food & recreation*, dan *security* berada dalam kategori tinggi. Dimensi yang mendapat nilai tertinggi yaitu dimensi *room & front desk*, sedangkan dimensi yang paling rendah yaitu *value*.
2. Pembentuk keputusan menginap tamu Grand Tjokro Hotel Bandung yang terdiri dari: pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, dan jumlah pembelian berada dalam kategori tinggi. Penilaian tertinggi diperoleh oleh dimensi pilihan merek (skor tertinggi pada kesesuaian Grand Tjokro Hotel Bandung bintang empat dengan seluruh atribut yang tersedia). Sedangkan yang terendah ialah jumlah pembelian di Grand Tjokro Hotel Bandung.
3. Atribut hotel yang dimiliki oleh Grand Tjokro Hotel Bandung yang terdiri dari *service quality*, *business facility*, *value*, *room & front desk*, *food & recreation*, dan *security* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap tamu baik secara simultan maupun parsial. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut hotel memiliki pengaruh untuk meningkatkan keputusan menginap pada tamu.

5.2 Rekomendasi

Penelitian ini memperoleh hasil temuan dalam menciptakan keputusan menginap tamu melalui atribut yang dimiliki hotel, oleh karena itu penulis mengajukan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja Grand Tjokro Hotel Bandung. Rekomendasi yang diberikan menyesuaikan pada pembahasan atribut hotel yang dijadikan acuan oleh pihak Grand Tjokro Hotel Bandung. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat diaplikasikan berdasarkan temuan penelitian untuk menciptakan keputusan menginap yang lebih tinggi, yaitu:

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Secara keseluruhan implementasi atribut hotel di Grand Tjokro Hotel Bandung sudah baik menurut tanggapan tamu. Dimensi *Value* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya. Salah satu indikasi dimensi ini rendah yaitu dari intensitas hotel dalam memberikan diskon. Oleh karena itu untuk meningkatkan nilai dimata tamu salah satunya bisa melakukan *giveaway* di media sosial dan selalu *up to date* tentang seluruh informasi harga. Selain itu memberikan pengalaman mengesankan untuk tamu selama menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung agar mereka tidak merasa menyesal dengan biaya yang telah mereka keluarkan selama menginap.
2. Meskipun kelima lainnya (*service quality, business facility, room & front desk, food & recreation, dan security*) tidak begitu rendah namun tetap perlu ditingkatkan karena beberapa responden masih ada yang memberikan jawaban yang cukup rendah seperti dalam dimensi *security* pada tingkat tersedianya alarm & peralatan keamanan kebakaran. Hal ini perlu menjadi tinjauan perusahaan karena tersedianya alarm & peralatan keamanan kebakaran di lapangan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah hotel. Biasanya meskipun sudah ada, salah satu alasan tamu memberi nilai rendah ialah karena tamu masih banyak yang kurang mengetahui dimana letak peralatan pendukung keamanan kebakaran tersimpan karena banyak barang-barang yang diletakkan di area publik tidak terlalu mencolok. Oleh sebab itu pihak hotel bisa menambahkan *sign* yang dapat terlihat oleh tamu agar mereka dapat dengan mudah mengetahui dimana letak peralatan keamanan disimpan.
3. Kemudian untuk dimensi *room & front desk* dan *food & recreation* meskipun mendapatkan nilai paling tinggi dari tanggapan tamu, kedepannya agar Grand Tjokro Hotel Bandung tetap mempertahankan bahkan lebih baik untuk bisa meningkatkan lagi agar tamu hotel merasa lebih puas dan senang sehingga mereka akan mempertimbangkan untuk berkunjung kembali.
4. Keenam dimensi atribut hotel yaitu *service quality, business facility, value, room & front desk, food & recreation, dan security* perlu dijadikan apresiasi serta jadi bahan evaluasi bagi Grand Tjokro Hotel Bandung agar selalu melakukan peningkatan terhadap kekurangan yang ada, mempertahankan yang sudah baik, serta meningkatkan segala sesuatunya agar tamu selalu yakin

- dalam memutuskan untuk menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung.
5. Berdasarkan penelitian terhadap keputusan menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung tanggapan terendah yaitu pada dimensi jumlah pembelian. Pada dimensi ini, dikatakan banyak jumlah pembelian apabila menginap lebih dari tiga hari, cukup banyak yaitu 2 hari dan tidak banyak pembelian yaitu 1 hari. Item keputusan tamu berdasarkan jumlah banyaknya pembelian masih belum tinggi. Oleh karena itu penulis memberikan rekomendasi kepada Grand Tjokro Hotel Bandung untuk selalu meningkatkan kualitas atribut hotel bagi tamu agar tamu tetap nyaman, selalu melihat perubahan yang terjadi dalam trend masyarakat. Sehingga masyarakat semakin tertarik untuk menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung. Dari sisi pelayanannya, bisa dengan melakukan *training* layanan prima atau *service excellent*, sehingga tamu menjadi selalu merasa nyaman untuk berada di hotel dan memutuskan untuk menginap lebih lama.
 6. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna karena keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Oleh karena itu penulis berharap akan adanya penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor lainnya yang dapat meningkatkan keputusan menginap secara lebih mendalam seperti *strategy promotion*, *brand positioning*, *service convenience*, dan kualitas pelayanan lainnya. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah tetap meneliti tentang pelayanan jasa, dan lebih baik jika dibandingkan antara satu hotel dengan hotel bintang empat lainnya. Temuan ini dan temuan lainnya diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan Grand Tjokro Hotel Bandung pada masa mendatang.