

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menginap di Hotel Parai Puri Tani Martapura dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan dan uji hipotesis penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa produk (*product*) memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap tamu Hotel Parai Puri Tani Martapura.

Dengan memberikan kualitas terbaik pada produk hotel, tamu hotel merasa sangat dilayani dan memiliki pengalaman menginap yang memuaskan di Hotel tersebut, sehingga tamu menganggap keputusan mereka untuk menginap di Hotel Parai Puri Tani Martapura merupakan keputusan yang tepat.

2. Berdasarkan perhitungan dan uji hipotesis penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga (*price*) memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap tamu Hotel Parai Puri Tani Martapura.

Dengan demikian, harga kamar yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas kamar dan manfaat selama menginap yang didapatkan, dan sesuai dengan standar hotel bintang 3 akan memberikan pengaruh besar terhadap keputusan menginap tamu di Hotel Parai Puri Tani Martapura.

3. Pada penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa lokasi (*place*) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap tamu Hotel Parai Puri Tani Martapura.

Dengan tidak adanya alternatif hotel bintang 3 lainnya di Kabupaten Oku Timur dan luas kota yang tidak besar, maka tamu tidak terlalu terpengaruh akan lokasi hotel untuk memutuskan menginap di Hotel ini.

4. Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi (*promotion*) berpengaruh terhadap keputusan menginap tamu Hotel Parai Puri Tani Martapur

Maka dari itu, dengan berusaha untuk semakin baik dan menerapkan strategi dalam melaksanakan pemasaran oleh Hotel Parai Puri Tani Martapura, keputusan menginap tamu semakin meningkat.

5. Karyawan di Hotel Parai Puri Tani Martapura memberikan pelayanan yang baik bagi tamu, karyawan Hotel Parai Puri Tani juga tanggap dalam mengatasi keluhan tamu dengan baik sehingga membuat tamu merasa nyaman menginap di Hotel Parai Puri Tani Martapura. Karyawan yang dalam penelitian ini sebagai partisipan (*people*) memberikan pengaruh terhadap keputusan menginap tamu hotel Parai Puri Tani Martapura.

6. Proses (*process*) penyampaian jasa yang dilakukan hotel juga memiliki kontribusi positif pada keputusan menginap tamu Hotel Parai Puri Tani Martapura.

Proses penyampaian jasa yang tidak ada kendala dari awal sampai akhir dan efisien akan membuat tamu merasa nyaman dan keputusan menginap di hotel parai merupakan keputusan yang tepat.

7. Bukti Fisik (*physical evidence*) memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menginap tamu di Hotel Parai Puri Tani Martapura.

Bukti fisik yang ada di Hotel Parai Puri Tani membutuhkan beberapa peningkatan untuk meningkatkan kenyamanan tamu saat berkunjung dan menginap. Dengan demikian, memperbaiki dan meningkatkan bukti fisik yang ada di hotel dapat membuat keputusan menginap tamu semakin meningkat.

8. Secara keseluruhan, terdapat pengaruh yang positif antara bauran pemasaran terhadap keputusan menginap di Hotel Parai Puri Tani Martapura.

Maka, dengan memberikan seluruh elemen bauran pemasaran jasa secara bersamaan dengan kualitas terbaik dan dengan terus meningkatkan ketujuh bauran pemasaran jasa, keputusan menginap tamu hotel akan meningkat.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini menyesuaikan dengan pembahasan penelitian ini yaitu bauran pemasaran pada keputusan menginap di Hotel Parai Puri Tani Martapura. Berikut ini adalah saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak

Hotel Parai Puri Tani Martapura dan saran bagi penelitian selanjutnya untuk meningkatkan bauran pemasaran dalam mempengaruhi keputusan menginap di Hotel Parai Puri Tani Martapura adalah sebagai berikut:

1. Hasil rekapitulasi skor bauran pemasaran menunjukkan bahwa *product, place, promotion, people, process, dan physical evidence* masuk kedalam kategori baik, namun aspek *price* masuk ke dalam kategori yang kurang baik. Akan tetapi, walaupun keenam dimensi tersebut masuk ke dalam kategori baik, masih perlu ditingkatkan lagi karena masih banyak kekurangan dan cukup banyak responden yang tidak setuju dengan pernyataan. Pada dimensi *price*, Hotel Parai Puri Tani Martapura perlu untuk dapat menetapkan harga sewa kamar yang bisa lebih terjangkau dengan pelayanan dan produk serta fasilitas yang disediakan, terlebih jika dilihat dari lokasi hotel yang bukan berada di kota besar, maka perlu adanya strategi penetapan harga kamar yang sesuai.
2. Pada aspek produk, hotel perlu memperhatikan kembali kebersihan kamar hotel, mulai dari kebersihan kamar mandi dan tempat tidur agar tamu merasa nyaman saat menginap. Menu sarapan hotel yang juga perlu dibuat lebih bervariasi dan meningkatkan cita rasa *breakfast* hotel. Serta menjaga kebersihan serta pengurangan kadar kaporit pada kolam renang untuk menjaga kenyamanan tamu hotel pada saat berenang.
3. Lokasi hotel sudah cukup strategis bagi tamu hotel, akan tetapi udara disekitar hotel masih gersang karena menjadi tempat perlintasan truk antar provinsi, sehingga perlu adanya penanaman pohon atau tanaman untuk meningkatkan kualitas udara disekitar hotel.
4. Hotel perlu untuk meningkatkan strategi promosi, seperti aktif melakukan pemasaran via media sosial, membuat website bagi produk-produk hotel, dan juga kerjasama dengan beberapa portal media agar tamu hotel dapat dengan mudah mengakses informasi hotel.
5. Penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan, karena hanya melakukan penelitian pada bauran pemasaran dari dimensi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* yang memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Parai Puri Tani

Martapura. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti Hotel Parai Puri Tani Martapura, diharapkan untuk mengembangkan aspek, dimensi dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan menginap tamu.