

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga / Tarif, biaya promosi dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap permintaan jasa hotel, permintaan jasa hotel dipengaruhi oleh harga / tarif, biaya promosi, serta lokasi.
2. Harga / Tarif tidak berpengaruh terhadap permintaan jasa hotel. Pengaruhnya negatif menunjukkan semakin tinggi harga / tarif yang ditetapkan oleh hotel maka permintaan terhadap jasa hotel pun akan semakin rendah.
3. Biaya promosi mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan jasa hotel. Pengaruh positif menunjukkan jika hotel mengeluarkan biaya untuk promosi maka permintaan jasa hotel pun akan meningkat.
4. Lokasi mempunyai pengaruh terhadap permintaan jasa hotel. Hal ini karena hotel posisinya sangat bagus baik dilihat dari segi sentralisasi maupun aksesibilitasnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang diperoleh penulis menunjukkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Harga / tarif merupakan faktor yang paling berpengaruh bagi seorang konsumen dalam menentukan pembelian. Oleh karena itu untuk meningkatkan

permintaan jasa hotel para pengusaha hotel, dalam menetapkan harga harus sesuai dengan fasilitas dan jasa yang ditawarkannya. Akan tetapi untuk hotel hotel melati yang berada di kota Bandung wilayah Bojonagara untuk harga / tarif tidak menjadi masalah asalkan dekat dengan lokasi wisata, karena kota Bandung merupakan kota Jasa dan banyak terdapat berbagai objek wisata yang menarik, artinya harga / tarif tetap berpengaruh terhadap permintaan jasa hotel akan tetapi pengaruhnya tidak terlalu besar.

2. Biaya promosi baik dalam bentuk potongan harga, spanduk, maupun dalam bentuk penawaran iklan dapat meningkatkan permintaan jasa hotel, minimal dalam bentuk potongan harga. Oleh karena itu diharapkan setiap pengusaha hotel untuk dapat memperhatikan dan terus meningkatkan segi promosi akan hotelnya agar dapat tetap bersaing dengan hotel- hotel yang lainnya.
3. Dalam penelitian ini lokasi berpengaruh terhadap permintaan jasa hotel. Hal ini dikarenakan lokasi sudah cukup strategis dalam pemilihan lokasinya dekat dengan tempat wisata, pusat perbelanjaan dapat menarik minat konsumen untuk kunjungan ke hotel tersebut, akan tetapi untuk menambah agar nyaman pengunjung juga terjamin selain keamanan yang mesti ditingkatkan juga penambahan tempat parkir yang luas juga akan menambah daya tarik bagi para pengunjung hotel.
4. Bagi yang tertarik akan meneliti objek ini lebih lanjut diharapkan menambah variabel lain yang cocok dan lebih berpengaruh terhadap permintaan jasa hotel.