

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan tamu terhadap *Advertising* yang dilakukan oleh Sari Ater *Hotel & Resort* dinilai **baik**. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan adalah Media yaitu sebesar 26,79%. kedua adalah *Message* (Pesan) yaitu sebesar 26,69%. adalah *Measurement* (Pengukuran) yaitu sebesar 25,21% dan indikator yang terendah adalah *Mission* (Misi) yaitu sebesar 21,52%.
2. Tanggapan tamu terhadap Keputusan Menginap ke Sari Ater *Hotel* sebagian besar dinilai tinggi. Indikator-indikator Keputusan Menginap dari yang paling tinggi hingga rendah secara berurutan. Indikator pertama yang paling tinggi adalah Waktu Menginap yaitu sebesar 25,38%. Kedua adalah Saluran Distribusi yaitu sebesar 18,10%. Ketiga adalah Pilihan Produk yaitu sebesar 16,64%. Keempat adalah Pilihan Merek yaitu sebesar 16,53%. Kelima adalah Metode Pembayaran yaitu sebesar 15,88% dan indikator yang terendah adalah Jumlah Menginap yaitu sebesar 14,40%.
3. *Advertising* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menginap. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis dimana semakin baik program *advertising* yang dilakukan maka akan semakin mempengaruhi keputusan menginap ke Sari Ater *Hotel & Resort*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan dari kesimpulan, maka direkomendasikan beberapa hal seperti yang terdapat dibawah ini:

1. Penilaian responden terhadap *Mission* (Misi) iklan Sari Ater *Hotel & Resort* dinilai paling tidak dominan. Hal ini dapat dilakukan oleh pihak pengelola dengan membuat misi yang jelas pada iklan yang ditampilkan. Misi tersebut harus jelas seperti mencantumkan efek-efek positif pada kegiatan yang dilakukan oleh Sari Ater *Hotel & Resort* agar dapat tersampaikan dengan baik dan di mengerti oleh masyarakat awam sekalipun seperti iklan pada televisi, surat kabar ataupun baligo.
2. Upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan tamu nusantara ke Sari Ater *Hotel & Resort* diperlukan suatu usaha dari pihak pengelola untuk lebih meningkatkan kualitas produk baik pada hotel maupun pada tempat-tempat wisata yang tersedia di Sari Ater *Hotel & Resort*.
3. Semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat serta menjadi bahan yang rekomendasi baik bagi Sari Ater *Hotel & Resort* maupun bagi peneliti selanjutnya, para peneliti dapat mengangkat mengenai Pengaruh *Advertising* Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap di Sari Ater *Hotel & Resort*.