

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Menurut pembahasan dan hasil analisis yang peneliti uraikan pada bab- bab sebelumnya mengenai analisis keputusan menginap konsumen Hotel Grand Inna Daira Palembang maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. *Price* mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. artinya penetapan harga yang dilakukan oleh manajemen hotel sudah tepat, dampak ekonomi yang dirasakan masyarakat yang diakibatkan pandemic corona ini membuat masyarakat untuk tidak mengeluarkan uang secara besar-besaran dan penurunan harga yang dilakukan oleh manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap pelanggan.
2. *Place* memiliki signifikansi dan pengaruh positif terhadap keputusan menginap. dengan kata lain tempat hotel dibangun merupakan tempat yang strategis sehingga pelanggan yang akan datang memilih Hotel Grand Inna Daira Palembang sebagai destinasi penginapan karena dekat dengan pusat keramaian.
3. *Product* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap, berarti nama Grand Inna Daira memiliki mempunyai dampak dan pengaruh terhadap konsumen memilih tempat menginap. dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa produk yang dimiliki hotel berpengaruh terhadap keputusan menginap.
4. *People* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang datang ke Hotel Grand Inna Daira menilai dari kualitas karyawan yang terlibat di hotel, semakin baik kualitasnya maka akan berpengaruh positif terhadap keputusan menginap.
5. *Facilities* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menginap. yang berarti fasilitas yang baik berpengaruh namun tidak memiliki pengaruh yang besar dibanding variabel-variabel yang lain,

karena dengan adanya protocol *physical distancing* banyak orang mengetahui lengkapnya dan bagusya fasilitas hotel namun memilih untuk tidak menggunakannya karena beresiko berkontak dengan virus COVID-19 sehingga fasilitas bukan merupakan variabel kuat dalam pengaruhnya terhadap keputusan menginap.

6. *Process* tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap. dikarenakan dengan kondisi pandemic ini konsumen memilih untuk tidak banyak melakukan kontak dengan orang asing sehingga, banyak dari konsumen lebih memilih untuk secepatnya masuk ke kamar dan tidak berlama-lama di tempat keramaian seperti *lobby* atau *lounge*. Oleh karena itu proses tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap.
7. *Price* (X1), *place* (X2), *product* (X3), *people* (X4), *facilities* (X5), dan *process* (X6) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap (Y). secara simultan ditemukan pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y yang menunjukkan jika berbarengan variabel X dapat berpengaruh terhadap keputusan menginap.

## V.2 Saran

- a. Penulis ingin memberikan saran untuk manajemen hotel menselaraskan ekspektasi pelanggan dengan harga yang ditawarkan di pasar. Hal tersebut bisa dilakukan dengan memperhatikan harga pesaing dan memberikan penawaran harga yang lebih menarik dibanding hotel lain atau melakukan penurunan harga. Hal tersebut penting dilakukan sehingga dapat meningkatkan kemungkinan seseorang untuk memilih menginap di Hotel Grand Inna Daira Palembang.
- b. Saran dari penulis adalah melakukan peremajaan pada desain yang memberikan kesan berkelas sehingga ketika konsumen datang, seorang tersebut sudah bisa merasakan atmosfir hotel 4 yang sebagaimananya harus berkelas. Dan untuk variabel proses (X6) karena tidak memiliki pengaruh maka alangkah baiknya untuk mengarahkan fokus ke variabel-variabel yang berpengaruh saja.