

V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dirumuskan sebelumnya yaitu Tanggapan konsumen atas bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Marcopolo Bandar Lampung dapat diterima. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian secara statistik melalui regresi berganda yang dapat terlihat pada simpulan berikut sebagai berikut.

5.1.1. Secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas (tanggapan tentang: produk, tarif, promosi, lokasi hotel, SDM dan proses pelayanan serta bukti fisik) mempengaruhi keputusan konsumen menginap di Hotel Marcipolo di Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel bebas tersebut terlihat dari nilai Koefisien Determinasi (R^2) = 0,444. Ini berarti sumbangan seluruh variabel bebas terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung sebesar 44,40 % dan sisanya 55,60 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diidentifikasi pada penelitian ini.

5.1.2 Berdasarkan uji parsial untuk melihat keberartian dari masing-masing variabel bebas terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung digunakan uji t. Ternyata berdasarkan hasil perhitungan nilai masing-masing signifikansi -hitung di bawah alpha yang

ditentukan dalam penelitian ini yaitu 0,05. Ini berarti secara statistik masing-masing variabel bebas mempengaruhi keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung. Namun demikian ada variabel bebas yang tidak mempengaruhi keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung yaitu variabel lokasi hotel dan bukti fisik.

5.2 Saran

- 5.2.1 Diharapkan Hotel Marcopolo di Bandar Lampung tetap memperhatikan kebijaksanaan tarif hotel yaitu dengan menetapkan tarif yang bersaing bahkan lebih murah dibandingkan dengan pesaing dan secara priodik diharapkan memberikan potongan harga.
- 5.2.2. Diharapkan pihak manajemen Hotel Marcopolo lebih meningkatkan pelayanan yang dilakukan baik dari dalam seperti melalui para pramuniaganya (*front office*), mengingat berdasarkan hasil pembahasan diperoleh informasi bahwa masih terdapatnya pelayanan yang kurang memuaskan para pengunjung.
- 5.2.3 Diharapkan pihak manajemen Hotel Marcopolo di Bandar Lampung dalam memilih media promosi terutama periklanan melalui mass media yang banyak dibaca masyarakat umum terutama kalangan berpendidikan, karena berdasarkan data yang ada 68,57 % perespon memiliki pendidikan perguruan tinggi. Promosi penjualan dapat melalui pemberian insentif

kepada para agen perjalanan terutama agen di luar Lampung dengan persentase tertentu .

- 5.2.4 Diharapkan pihak manajemen Hotel Marcopolo di Bandar Lampung menyediakan tempat bermain bagi anak-anak dan menyediakan salon kecantikan, hal ini diperlukan mengingat keputusan mengingap dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia.