

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh Harga, Lokasi, dan Servicescape berpengaruh terhadap Keputusan Menginap pada POP! Hotel di Surabaya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya. Kesimpulan yang dapat diambil terdiri dari:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya. Dengan demikian hipotesis penelitian “Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya” terbukti. Pengaruh harga terhadap keputusan menginap adalah positif yang berarti semakin sesuai harga dengan harapan konsumen maka akan semakin tinggi keputusan konsumen untuk menginap pada POP! Hotel di Surabaya. Adanya pengaruh signifikan dan positif harga terhadap keputusan menginap menunjukkan bahwa harga yang tepat dapat menentukan keputusan menginap atau dengan kata lain keputusan menginap dapat dibentuk melalui penentuan harga yang tepat.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya. Dengan demikian hipotesis penelitian “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya” terbukti. Arah hubungan lokasi terhadap keputusan menginap adalah positif yang berarti semakin tepat penentuan lokasi hotel maka akan semakin tinggi keputusan konsumen untuk menginap. Pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan menginap menunjukkan bahwa keputusan menginap konsumen dapat dibentuk melalui penentuan lokasi yang tepat dalam artian lokasi strategis dan memiliki kemudahan akses lokasi.
3. *Servicescape* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya. Dengan demikian hipotesis penelitian “*Servicescape* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap pada POP! Hotel di Surabaya” terbukti. *Servicescape* memiliki arah hubungan positif terhadap keputusan menginap. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *servicescape* maka akan semakin tinggi juga keputusan menginap. Dengan demikian, keputusan menginap dapat ditingkatkan dengan adanya *servicescape* yang semakin baik yang dapat memberikan kenyamanan konsumen terhadap fasilitas eksterior (landscape, eksteriordesain, tanda-tanda, parkir, lingkungan) and interior fasilitas (desain interior dan dekorasi, peralatan, tanda-tanda, tata letak, kualitasudara, suhu dan atmosfer).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti akan memberikan saran dan masukan yang perlu diperhatikan oleh pihak POP! Hotel di Surabaya guna perbaikan kedepannya, saran tersebut terdiri dari:

1. Diharapkan agar POP! Hotel di Surabaya dapat menjaga dan meningkatkan variable harga dengan baik yang dapat dilakukan dengan meningkatkan harga saing POP! Hotel di Surabaya dengan hotel-hotel budget lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan selalu memantau harga pesaing lainnya dan melakukan survey terhadap konsumen terhadap harga yang ditetapkan POP! Hotel di Surabaya yang dari hasil tersebut selanjutnya dapat menentukan harga yang sesuai dengan harapan konsumen namun tetap bersaing dengan harga pesaing lainnya.
2. Diharapkan agar POP! Hotel di Surabaya dapat memperbaiki faktor lokasi khususnya pada keterjangkauan jalan menuju POP! Hotel di Surabaya yang mudah dijangkau dan petunjuk jalan menuju POP! Hotel di Surabaya.

3. Diharapkan agar POP! Hotel di Surabaya dapat meningkatkan *servicescape* dengan memberikan kemudahan konsumen dalam mengakses tempat di dalam hotel seperti dengan memberikan adanya papan petunjuk di lingkungan hotel. Dapat juga menerapkan latar belakang music sesuai dengan tema Hotel yang dapat dilakukan dengan menyalakan music klasik yang *easy listening* sehingga dapat membuat nyaman konsumen ketika berada di dalam lingkungan hotel. Serta untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau mengembangkan variabel lain selain dari variable Harga, Lokasi, dan Servicescape yang digunakan pada penelitian ini yang diduga mempengaruhi Keputusan Mengingat.

