

BAB V

PENUTUP

Dari penelitian yang dilakukan, ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dan juga ada beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan.

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menguji harga dan layanan terhadap niat menggunakan ulang jasa Hotel Imperial di Kendari. Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ulang jasa hotel imperial di Kendari, Sulawesi Tenggara.
2. Layanan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ulang jasa hotel imperial di Kendari, Sulawesi Tenggara.
3. Harga dan Layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ulang jasa Hotel Imperial di Kendari, Sulawesi Tenggara.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah

1. Pada saat mengirimkan kuesioner ke Kendari peneliti memberikan waktu pengembalian kuisisioner dalam jangka waktu 1 minggu (dikirm melalui email dengan bantuan data dari pihak hotel) tetapi terdapat kendala dikarenakan beberapa responden tidak segera mengembalikan kuesioner via

email, sehingga harus dilakukan konfirmasi lagi baik melalui email maupun telepon; bahkan harus dilakukan penggantian responden karena beberapa tetap tidak memberikan respon.

5.3. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, terdapat beberapa saran yang perlu disampaikan untuk memperbaiki penelitian selanjutnya yaitu :

1. Diharapkan manajemen hotel Imperial dapat mempertahankan kebijakan harga yang diberikan oleh pihak hotel kepada konsumen, karena berdasarkan data statistik deskriptif variabel harga bagian keempat mengenai harga yang ditawarkan oleh Hotel Imperial bersaing dengan Hotel lain yang sejenis. Cara untuk mengetahui harga yang terjangkau yaitu dengan melihat harga hotel pesaing lain yang sejenis.
2. Dari aspek layanan yang berdasarkan statistik deskriptif variabel layanan bagian pertama yaitu Hotel Imperial memiliki interior kamar yang menarik dan yang kedua menyebutkan bahwa Hotel Imperial memiliki fasilitas yang baik. Diharapkan pihak hotel Imperial dapat meningkatkan fasilitas hotel yang diberikan serta penataan interior hotel yang lebih menarik untuk meningkatkan kunjungan konsumen ke hotel Imperial Kendari, dengan penambahan fasilitas yang belum dimiliki Hotel Imperial di Kendari seperti tempat fitness dan café rooftop.
3. Adapun saran bagi peneliti lain yang menggunakan tema sejenis untuk lebih memperhatikan cara penyebaran kuisioner, sebaiknya menggunakan telepon atau langsung bertemu dengan responden agar lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Gitosudarmo. Indriyono. 2008. *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan keenam, penerbit : BPF E – Yogyakarta.
<http://digilib.petra.ac.id/>
- <http://www.bps.go.id/>. *Laporan data statistik*, diakses tanggal 30 Maret 2016 pada laman : Laporan Data Statistik.
- Hurriyati Ratih. “*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”. 2010. Jakarta: Alfabeta CV
- Juwaheer, T.D. 2004, “Exploring international tourists’ perceptions by using a modified SERVQUAL approach – a case study of Mauritius”, *Managing Service Quality*, Vol. 14 No. 5, pp. 350-64.
- Kinncar, T.C. and J.R. Taylor 2007. *Marketing Research*, an Applied Approach. Fourth Edition. Mc Graw Hill, New York.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip – prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Mahmud mahfoedz. 2005. *pengantar pemasaran modern*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Nicklouse Christian lempoy. 2015. “Pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimut (Taman Eman) Sonder”. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Novantiano. 2007. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Barang-Barang Elektronik Buatan RRC di Toko Hartono Elektronika. From:
- Peter, J.Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer Behaviour: Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* jilid 1 edisi keempat. Jakarta: Erlangga.

- Riadh Ladhari. 2009, "Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 19 Iss 3 pp. 308 – 331
- Riduwan. 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung : Alfabeta.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, 2012
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistika Deskriptif untuk penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan dan R&D*. bandung: ALFABETA
- Sulastiyono, A. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit Bayu Media Publishing