

BAB V

PENUTUP

B. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab terdahulu maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis dengan menggunakan metode deskriptif menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan dapat dikategorikan baik (73,2 %) harga dapat dikategorikan baik (74,8 %) kepuasan konsumen 80 %. Dengan demikian tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga dan kepuasan dirasakan sudah baik.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara parsial harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Secara simultan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen setelah menginap pada Hotel Ima Kupang.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square = 0,879 atau 87,9 % artinya bahwa kontribusi kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Ima sebesar 87,9% sedangkan sebagiannya sebesar 12,1 % dipengaruhi

oleh variabel lain dan variabel tersebut tidak dimasukkan dalam analisis ini.

C. Saran

1. Hotel Ima Kupang sebaiknya terus memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan agar dapat ditingkatkan, sehingga dapat menarik minat pelanggan untuk menginap. Misalnya : karyawan memberikan pelayanan cepat dan tepat, pelayanan yang diberikan sudah memuaskan, tanggap terhadap keluhan pelanggan, dan ramah dalam melayani pelanggan.
2. Hotel ima sebaiknya memberikan perhatian kepada karyawan sehingga dapat mempertahankan karyawan yang ada.
3. Harga yang ditentukan tetap stabil dan apabila ada perubahan harga dapat disampaikan kepada pelanggan agar pelanggan dapat mengetahui. Dan Hotel Ima juga harus meningkatkan fasilitas yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Buttle Francis, 2005. *Hotel and Food Marketing*, London, Cassel Educatinal Ltd, (<http://www.amazone.com/hotel-food-service-marketing-managerial/dp/0304315338>)
- Engel James F, 2001. *Consumer Behavior*, Mc. Graw Hill Book. Budiyanto, F. X, (Alih Bahasa) 2003. *Perilaku Konsumen Jilid I*, Jakarta, Binarupa Aksara.
- Ferdinand Augusty, 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip and Keller, 2002. *Marketing Management*. Prentice Hall. Inc. Benyamin Molan, (Alih Bahasa) 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Indeks. (<http://www.e-bookspdf.org/down/ood/manj-pmasrn-kotlr-kellr.html>)
- Kotler Philip, 1984. *Marketing Management*. Prentice Hall. Inc. Englewoods Cliff. Benyamin Molan, (Alih Bahasa) 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Indeks.
- Kotler Philip and Amstrong Gery, 1981. *Principles of marketing*. Prentice Hall. Inc. Teguh Hendra, (Alih Bahasa) 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Lewis Gregori, 1983. *Tactics Value Determine*. The Free Press, Collier Mc Miillian, Publ. London. Mulyadi Julius (Alih Bahasa) 2007, *Taktik Menetapkan Harga*, Jakarta, Gramedia.
- Stanton J. Wiliam, 2002. *Marketing Managemen*, Prentice Hall International. Inc. Lamarto Yohanes (Alih Bahasa) 2004. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- Sulistiyono Agus, 2005. *Manajemen Penyelenggaraan*, Bandung, Alfabeta.
- Swastha Basu, 2002 *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta, Liberty.
- Tjiptono Fandy, 2004 *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta, ANDI.

Tjiptono Fandy, 2006 *Pemasaran Jasa*, Malang, Banyumedia Publishing.

Tjiptono Fandy, 2006 *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, ANDI.

Umar Husein, 2002 *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis*, Jakarta, Gramedia.