

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisa hubungan antara Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan dengan Tingkat Hunian Hotel Papandayan, diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Melalui perhitungan statistik diperoleh Koefisien Korelasi Peringkat dari Spearman (r_s) sebesar +0,877578. Ini menunjukkan adanya hubungan searah yang tinggi, *korelasi tinggi (korelasi kuat)*, antara Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan dengan Tingkat Hunian Hotel Papandayan.
2. Melalui perhitungan statistik dengan α sebesar 5% dan derajat kebebasan sebesar 100-2, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 18,1205. t_{hitung} ini ternyata lebih besar daripada t_{tabel} yang besarnya 1,663. Dengan demikian hipotesa nol (H_0), yaitu *tidak ada hubungan antara Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan dengan Tingkat Hunian Hotel Papandayan*, ditolak. Ini berarti bahwa menurut perhitungan memang terdapat hubungan antara Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan dengan Tingkat Hunian Hotel Papandayan. Hasil ini diperkuat oleh hasil perhitungan uji signifikansi t yang telah melewati harga kritis yang disyaratkan untuk perhitungan ini.
3. Melalui perhitungan statistik Koefisien Determinasi (R) dengan menggunakan hasil Koefisien Korelasi Peringkat dari Spearman (r_s), didapati besarnya Koefisien Determinasi (K) sebesar 77,0142%. Ini menunjukkan bahwa Tingkat Hunian Hotel Papandayan, 77,7142%-nya disebabkan oleh Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan. Selebihnya, yaitu sebesar 22,9858%, disebabkan oleh faktor-faktor lain selain bauran pemasaran yang dilakukan Hotel Papandayan.
4. Secara keseluruhan, Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan sudah dijalankan dengan baik oleh para tamu Hotel Papandayan. Ini dapat dilihat dari kenyataan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap

pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner, juga bahwa sedikit responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju terhadap pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner.

5. Secara keseluruhan, Tingkat Hunian Hotel Papandayan sudah baik. Ini dapat dilihat dari kenyataan bahwa sejak tahun 2002 Tingkat Hunian Hotel Papandayan telah berada di atas Tingkat Hunian Rata-Rata Jawa Barat dan Tingkat Hunian Rata-Rata Indonesia. Kenyataan bahwa Tingkat Hunian Hotel Papandayan tidak pernah mencapai 58% menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan.
6. Berdasarkan profil responden, diketahui bahwa mayoritas (67%) tamu Hotel Papandayan mendengar tentang Hotel Papandayan pertama kali dari orang lain (keluarga, saudara, teman atau relasi). Ini menunjukkan bahwa bagi Hotel Papandayan, peranan *word of mouth* memperkenalkan Hotel Papandayan kepada pelanggan potensial sangatlah besar.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisa hubungan antara bauran pemasaran yang dilakukan Hotel Papandayan dengan kepuasan para tamu Hotel Papandayan, serta dengan memperhatikan kesimpulan-kesimpulan yang telah diambil, diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Hotel Papandayan hendaknya meningkatkan perhatiannya terhadap Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukannya, karena ternyata antara Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan dengan Tingkat Hunian Hotel Papandayan terdapat hubungan searah yang tinggi, korelasi tinggi (korelasi kuat).
2. Walaupun Tingkat Hunian Hotel Papandayan 77,0142%-nya ditentukan oleh Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan, namun masih ada 22,9858% yang disebabkan oleh faktor-faktor lain selain Bauran Pemasaran Jasa yang dilakukan Hotel Papandayan. Faktor-faktor lain ini disarankan untuk diteliti lebih lanjut.

3. Hotel Papandayan perlu memperhatikan dimensi Fasilitas Ekterior dari variabel Bukti Fisik, karena terbukti dari tanggapan responden, pada area inilah Hotel Papandayan dirasakan paling lemah.
4. Karena ternyata mayoritas (67%) tamu Hotel Papandayan mendengar tentang Hotel Papandayan pertama kali dari orang lain, pihak manajemen Hotel Papandayan perlu mengambil langkah untuk meningkatkan lagi peranan word of mouth ini. Tamu Hotel Papandayan yang sudah puas namun belum memberitahu orang lain perlu didorong agar memberi-tahu orang lain.