

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang telah dikemukakan dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis data. Adapun kesimpulan serta saran yang relevan dengan hasil analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil pengolahan data dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X_1 (produk) terhadap variabel Y (keputusan konsumen menginap) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,988 > t_{tabel} 1,98969$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pengujian H_1 diterima atau produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang.
2. Untuk pengaruh variabel X_2 (harga) terhadap variabel Y (keputusan konsumen menginap) adalah sebesar $0,253 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,152 < t_{tabel} 1,98969$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pengujian H_2 ditolak atau harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang.

3. Untuk pengaruh variabel X_3 (lokasi) terhadap variabel Y (keputusan konsumen menginap) adalah sebesar $0,065 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,874 < t_{tabel} 1,98969$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pengujian H_3 ditolak atau lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang.
4. Untuk pengaruh variabel X_4 (promosi) terhadap variabel Y (keputusan konsumen menginap) adalah sebesar $0,218 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,242 < t_{tabel} 1,98969$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pengujian H_4 ditolak atau promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang.
5. Dari hasil pengolahan data dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X_1 (produk), X_2 (harga), X_3 (lokasi), dan X_4 (promosi) secara simultan terhadap variabel Y (keputusan konsumen menginap) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} 15,789 > f_{tabel} 2,01$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima yang berarti produk, harga, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn

Altama Pandeglang. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang dihasilkan adalah 0,438. Hal ini berarti sebesar 43,8% perubahan variabel Y (keputusan konsumen menginap) dapat dijelaskan oleh produk, harga, lokasi dan promosi, sedangkan sisanya sebesar 56,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak Hotel Sofyan Inn Altama Pandeglang untuk lebih meyakinkan kepada masyarakat bahwa pelayanan hotel syariah juga dapat memberikan kenyamanan dan keamanan tersendiri.
2. Bagi konsumen atau masyarakat diharapkan memilih hotel yang berbasis syariah karena tidak diragukan lagi kehalalannya dari semua sisi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain dan memperkaya teori-teori dalam skripsi ini dengan menggunakan penelitian yang lebih baik.