

BAB V

PENUTUP

Dalam Bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran terhadap hasil penelitian :

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Faktor –faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) simultan dengan persamaan regresi linier $Y = -1,678 + 0,295X1 + 0,193X2 + 0,244X3 + 0,207X4$ keeratan hubungan antara variabel sebesar 0,735, koefisien determinasi sebesar 56,8 % menunjukkan bahwa keragaman dari keputusan konsumen dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan dipengaruhi oleh adanya faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4).
2. Dari hasil uji F dan uji t menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial ternyata ke-4 variabel dari faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan

konsumen dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan. Secara Simultan dibuktikan dengan uji F yaitu pengujian secara serentak (simultan) diperoleh bahwa Fhitung sebesar 13,128 pada nilai signifikansi (0.000) yang jauh lebih kecil dari alpha 0,05, sehingga H_0 ditolak.. Sedangkan dengan uji t mengambil taraf signifikansi sebesar 5% (0,05), untuk konstanta diperoleh nilai signifikansi (p) sebesar 0,542 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa konstanta dipengaruhi oleh model regresi. Untuk variabel-variabel yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) menunjukkan nilai signifikansi berturut-turut sebesar 0,01 ,0,027, 0,018 dan 0,017 yang lebih kecil dari alpha 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor psikologis yang meliputi motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan.

3. Selanjutnya dari hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel psikologis motivasi (X1) dengan total sumbangan efektif yaitu sebesar 16,85%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Dengan dilakukanya penelitian ini dapat diketahui bahwa keputusan konsumen dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan ternyata dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dengan indikator motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap, maka untuk dapat meningkatkan keputusan konsumen/keputusan menyewa terhadap hotel BJ Perdana Pasuruan, maka perlu bagi pihak hotel BJ Perdana untuk lebih meningkatkan lagi pelayanan jasanya tersebut.
2. Selain itu, juga diperlukan adanya pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik lagi dari pihak hotel BJ Perdana Pasuruan dalam meningkatkan pelayanan dan fasilitas-fasilitas hotel BJ Perdana Pasuruan sehingga dapat menilai sejauh mana faktor psikologis yang mendorong customer/penyewa dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan yang diharapkan akan meningkatkan inovasi-inovasi baru bagi pihak hotel dalam mengolah jasa perhotelanya tersebut.
3. Perlunya penelitian lanjutan, dikarenakan variabel dalam penelitian ini masih belum mencakup seluruh aspek yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan selain dari faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap maka dapat dimasukkan lagi variabel-variabel lain seperti faktor sosial, faktor pribadi, faktor budaya sehingga dapat diperoleh penelitian yang lebih baik lagi.

4. DAFTAR PUSTAKA

5.

6. Algifari, 1997. Statistik induktif untuk Ekonomi dan Bisnis, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
7. Barkowitz, Erie N, et al, 1997, Marketing, (3rd ed), Boston. Homewood
8. Dharmaresta, 2002. Pemasaran Jakarta : Erlangga
9. Hasan, M. Iqbal. 2002. Pokok-pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Jakarta : Graha Indonesia
10. Kotler, Philip and Gary Amstrong, 2001, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Keenam, Jakarta : Intermedia
11. Kotler, Philip and Gary Amstrong, 2001, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan Jilid I, Jakarta : Intermedia
12. Lamb, Hair. Daniel, Mc. 2001. Pemasaran (terjemahan). Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Pertama, Jakarta : Salemba Empat
13. Nana Sudjana, Dr dan Ibrahim Dr, MA, Penelitian dan Penilaian Pendidikan, Sinar Baru Algenaindo, Bandung, 2004
14. Riduwan (2003) Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian, Bandung. Alfabeta
15. Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk, 2000, Perilaku Konsumen, Edisi 7, Prentice-Hall Inc
16. www.bjperdanahotel.com
- 17.

18.

