BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh *Experiential Marketing* dan Harga terhadap Keputusan Menginap pada konsumen Topas Galeria Hotel Bandung, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *Experiential Marketing* terhadap Topas Galeria Hotel Bandung tergolong baik, maka dapat di simpulkan bahwa dengan adanya *Experiential Marketing* terhadap Topas Galeria Hotel akan terciptanya konsumen untuk kembali menginap baik terencana mauapun secara tidak terencana. Hal ini di sebabkan karena Topas Galeria Hotel Bandung dapat memahami karakteristik konsumen dalam memenuhi keinginan konsumen dengan fasilitas dan kenyamanan yang diberikan oleh Topas Galeria Hotel bandung.
2. Tanggapan konsumen terhadap Harga Topas Galeria Hotel terbilang cukup baik, di karenakan Topas Galeria Hotel Bandung telah dapat menarik perhatian konsumen dalam keterjangkauan harga dengan kualitas Hotel yang ditawarkan cukup terjangkau dan menyebabkan konsumen dalam memutuskan menginap di Topas Galeria Hotel Bandung.

3. Secara simultan, *Experiential Marketing* dan Harga yang ditawarkan Topas Galeria Hotel bandung memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Menginap.

   Secara parsial, *Experiential Marketing* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menginap dengan total pengaruh sebesar 0,338. Dari variabel tersebut, *Experiential Marketing* memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Menginap di Topas Galeria Hotel.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis makan selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai pengaruh *Experiential Marketing* dan Harga terhadap Keputusan Menginap pada Topas Galeria Hotel Bandung, di antaranya :

1. *Experiential Marketing* pada Topas Galeria Hotel Bandung secara umum sudah baik, namun indikator Pengetahuan Tentang Pengalaman Pemasaran di Topas Galeria Hotel masih rendah. Untuk itu sebaiknya Topas Galeria Hotel Bandung lebih meningkatkan lagi mengenai fasilitas dan kenyamanan yang di tawarkan agar konsumen Topas Galeria Hotel Bandung bisa merasa lebih berkenan untuk kembali menginap.
2. Tanggapan pelanggan tentang Harga yang dilakukan oleh Topas Galeria Hotel Bandung sudah cukup, namun indikator keterjangkauan harga dengan kualitas masih rendah. Untuk itu Topas Galeria Hotel Bandung harus lebih menyesuaikan antara harga dengan fasilitas yang diberikan agar konsumen merasa lebih tertarik untuk menginap.

3. Keputusan menginap pada Topas Galeria Hotel Bandung secara umum dirasa sudah baik, namun indikator pencarian informasi dirasa masih rendah dari konsumen. Untuk itu sebaiknya Topas Galeria Hotel Bandung harus lebih inovatif lagi dalam memberikan iklan agar konsumen mudah mendapatkan informasi tentang Topas Galeria Hotel Bandung.
4. Topas Galeria Hotel Bandung di harapkan mampu lebih meningkatkan Harga yang sudah signifikan namun masih kalah dibanding dengan *Experiential marketing*, maka dari itu Topas Galeria Hotel Bandung harus bisa menyesuaikan kualitas dan harga yang ditawarkan agar pelanggan bisa lebih tertarik untuk memutuskan menginap. Sebaiknya penelitian kedepan perlu di perhatikan pada titik variabel lain yang belum di teliti.