

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis yang sudah dilakukan pada tahun 2014 Inna Simpang Hotel Kota Surabaya mempunyai kamar tersedia sebanyak 43.070 kamar dan kamar yang terjual sebanyak 23.583 kamar karena pada tahun 2014 tidak sesuai target yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen sebanyak 19.487 kamar, hal ini disebabkan pada 2014 belum dilakukannya pemasaran dengan menggunakan sistem OTA (*online travel agent*) dan sistem pemasarannya masih terbatas, karena OTA (*online travel agent*) diterapkan mulai bulan Juli dan masih terbatas jumlahnya. Tahun 2015 Inna Simpang Hotel Kota Surabaya mempunyai kamar sebanyak 43.070 kamar dan kamar yang terjual sebanyak 24.045 kamar. Dari tahun 2014 ke tahun 2015 terjadi peningkatan *room occupancy* sebesar 462 kamar.
2. Hasil analisis regresi linier sederhana yang telah dilakukan, maka diperoleh persamaan tahun 2014, dimana kebijakan harga merupakan nilai konstan, dengan kata lain jika *room occupancy* tidak berubah maka nilai kebijakan harga berubah, yang artinya apabila harga jual diturunkan maka pengaruhnya terhadap *room occupancy* akan naik.

Pada tahun 2015, dimana harga kebijakan harga merupakan nilai konstan, dengan kata lain jika *room occupancy* tidak berubah maka nilai kebijakan harga juga naik, yang artinya apa bila harga jual diturunkan maka pengaruhnya terhadap *room occupancy* juga akan naik.

3. Dari hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan dengan uji t, maka menunjukkan bahwa pada Tahun 2014, H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga tidak ada hubungan dengan *room occupancy* pada Inna Simpang Hotel Kota Surabaya. Pada Tahun 2015, H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga ada hubungan erat dengan *room occupancy* pada Inna Simpang Hotel Kota Surabaya.
4. Dari hasil evaluasi data *room occupancy* sumber bisnis *online travel agent* yang sudah dilakukan Tahun 2014 dan Tahun 2015, menunjukkan bahwa dalam pada bulan Februari sampai dengan bulan Juni baik tahun 2014 atau tahun 2015 lebih diterapkan lagi kebijakan harga jual kamar untuk meningkatkan *room occupancy* pada Inna Simpang Hotel Kota Surabaya.

B. Saran

1. Disarankan kepada Hotel agar memperhatikan lagi nilai kebijakan harga yang sudah ditetapkan dalam pemasaran kamar Hotel, agar tidak terlalu tinggi karena dari hasil analisis yang terlihat bahwa apabila harga dinaikkan akan berpengaruh terhadap *room occupancy* hotel.

2. Disarankan kepada Hotel agar, untuk meningkatkan *room ccupancy*, Hotel Inna Simpang Kota Surabaya lebih memperhatikan penerapan sistem kebijakan harga jual kamar.
3. Disarankan kepada Hotel agar, penerapan kebijakan harga dilakukan pada bulan Februari sampai dengan bulan Juni karena tingkat *room occupancy* atau penjualan kamar menurun antara bulan-bulan tersebut.
4. Pada bulan-bulan yang tidak banyak hari libur seperti bulan Februari sampai dengan Mei yang cenderung mengalami penurunan *room occupancy* hotel yang lebih diterapkan lagi pada kebijakan harga atau pengolahan sistem pemberian tarif kamar dengan mengadakan promo-promo, diskon, harga spesial untuk menarik pelanggan agar melakukan liburan atau menginap dihotel.