

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Bab ini berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum dan membahas tujuan penelitian, yang mana tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh *Perception, Preference, Customer value* terhadap *behavior intention* pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat.

5.1 Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu *Perception, Preference, Customer value* sebagai variabel independen dan *behavior intention* sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* pada orang-orang yang mengetahui tentang hotel berbasis syariah di Sumatera Barat sebanyak 190 orang responden.

Seperti yang telah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, ada 3 hipotesis yang diajukan dan dari hasil analisis menunjukkan bahwa dari ke 3 hipotesis tersebut 1 hasilnya tidak signifikan dan 2 lainnya signifikan. Serta semua hipotesis adalah jawaban dari pernyataan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian SEM (Structural Equational Modeling) dengan SmartPLS 3.2.6

menyimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang tidak signifikan antara *perception* terhadap *behaviour intention* yang dirasakan oleh konsumen pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat. Ini disebabkan karena dari data frekuensi distribusi bahwa responden yang paling banyak adalah mahasiswa dan juga berpendapatan $\leq 1.000.000$ yang dikategorikan rendah sehingga dapat disimpulkan untuk pendapatan yang sebanyak itu belum memikirkan untuk menginap di hotel dan juga dari nilai pernyataan yang diberikan oleh responden kurang bervariasi mereka lebih kearah objektif dalam memberikan tanggapan tentang persepsinya pada hotel syariah, hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif yang dimiliki oleh responden tentang hotel berbasis syariah belum mampu meningkatkan niat konsumen untuk menginap di hotel berbasis syariah.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *preference* terhadap *behaviour intention* yang dirasakan oleh konsumen pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa *preference* konsumen yang tinggi terhadap hotel berbasis syariah akan meningkatkan niat responden untuk menginap di hotel berbasis syariah.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *customer value* terhadap *behaviour intention* yang dirasakan oleh konsumen pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa

nilai yang dirasakan oleh konsumen berpengaruh positif terhadap niat atau keinginan untuk menginap di hotel berbasis syariah. Hal ini disebabkan dengan responden yang menilai bahwa akan memperoleh rasa nyaman karena suasana yang islami terdapat di hotel. Sehingga mendorong konsumen untuk memiliki niat menginap pada hotel berbasis syariah.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan terdapat beberapa implikasi yang diperoleh bagi hotel berbasis syariah di Sumatera Barat dengan tujuan untuk meningkatkan niat konsumen untuk lebih memilih menginap di hotel berbasis syariah dibandingkan dengan hotel konvensional. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa implikasi untuk hotel berbasis syariah di Sumatera Barat yaitu sebaiknya hotel berbasis syariah lebih memperhatikan *perception*, *preferen*, dan *customer value* agar dapat meningkatkan *behavior intention* konsumen terhadap hotel berbasis syariah di Sumatera Barat. Berdasarkan respon dari responden ditemukan beberapa hal yang harus diperhatikan oleh hotel berbasis syariah di Sumatera Barat untuk meningkatkan *behavior intention*:

1. Pada variabel *perception* pernyataan yang menyatakan pada pintu masuk atau lobi hotel syariah tercantum kode etika berpakaian syariah memiliki nilai terendah yang diberikan oleh responden. Maka sebaiknya hotel berbasis tidak perlu mencantumkan kode etika berpakaian syariah pada pintu masuk atau

lobi karena mungkin terlalu dianggap sesuatu yang harus dipaksakan untuk pengunjung yang ingin menginap di hotel berbasis syariah tetapi cukup dinformasikan secara verbal oleh pelayan atau pegawai yang ada di hotel berbasis syariah

2. Pada variabel *preference* pernyataan yang menyatakan bahwa hotel berbasis syariah menjadi pilihan pertama dan hotel syariah tempat menginap yang paling diminati memiliki nilai terendah yang diberikan oleh responden. Maka dari pernyataan tersebut dapat memberikan masukan bahwa sebaiknya hotel berbasis syariah perlu memperbaiki semua kurang-kekurangan yang dimilikinya seperti kurangnya inovasi layanan sehingga dapat menjadikannya sebagai pilihan pertama dan menjadi tempat menginap yang paling diminati oleh konsumennya.
3. Pada variabel *Customer Value* pernyataan yang menyatakan bahwa hotel syariah memberikan pengaruh yang positif memiliki nilai terendah yang diberikan oleh responden. Maka dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan sebaiknya hotel syariah dapat menonjolkan apa yang dimilikinya mengenai seperti apakah determinasi hotel syariah itu sendiri, sehingga dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap konsumen mengenai hotel berbasis syariah
4. Pada variabel *behaviour intention* pernyataan yang menyatakan bahwa jika saya menginap di hotel maka saya lebih memilih menginap di hotel berbasis syariah memiliki nilai terendah yang diberikan oleh responden. Maka dari

pernyataan tersebut dapat disimpulkan sebaiknya hotel berbasis syariah lebih dapat lagi menarik perhatian konsumen dengan cara selalu memperbaiki *operation, design & interior*, dan *financial* untuk dapat selalu memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga konsumen akan lebih memilih menginap di hotel berbasis syariah dari pada hotel konvensional.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti selama melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan-keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk penelitian penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Hanya mengkaji empat variabel saja yaitu, *perception, preference, customer value*, dan *behaviour intention*
2. Penelitian hanya mengkaji tentang hotel berbasis syariah yang hanya ada di Sumatera Barat saja.
3. Peneliti melakukan penetapan responden dari semua kalangan, belum memperlihatkan spesifik responden seperti spesifik responden pada kaum milenial.

5.3 Saran

Penelitian ini membutuhkan penelitian berkelanjutan yang lebih terarah dan lebih luas agar kelemahan yang muncul dapat diperbaiki dan disempurnakan. Berikut adalah saran bagi praktisi dan akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya:

1. Diharapkan untuk objek penelitian dapat diperluas, tidak hanya terbatas pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat namun bisa hotel berbasis syariah di Indonesia, di kawasan ASEAN.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi *behaviour intention* yang belum diteliti pada penelitian ini seperti : karakteristik *e-service quality*, *satisfaction*, *customer loyalty*, *price*, *brand awareness*, *brand image* dan lainnya,

