

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah, penelitian ini dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi hotel berbasis syariah tidak berpengaruh signifikan pada niat menginap. Hal ini menunjukkan bahwa bagaimana pun persepsi hotel berbasis syariah tidak akan mempengaruhi niat responden untuk menginap di hotel berbasis syariah. Artinya responden tidak menganggap terlalu penting apakah sebuah hotel berkonsep syariah atau konvensional, selama hotel itu dapat memenuhi kriteria kebutuhan yang dituju, mereka akan tetap menginap di hotel tersebut.

2. Sikap berpengaruh positif dan signifikan pada niat menginap. Hal ini menunjukkan bahwa sikap yang positif akan menghasilkan niat menginap, karena adanya keterkaitan antara perilaku dengan sikap seseorang pada suatu objek.

3. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada niat menginap. Hal ini menunjukkan bahwa nilai konsumen sangat mempengaruhi keputusan konsumen ketika akan membeli suatu layanan. Nilai yang dimaksud adalah perbandingan dari manfaat dan biaya yang akan dikeluarkan konsumen ketika memutuskan membeli suatu produk. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi nilai yang didapatkan

konsumen maka akan semakin tinggi niat konsumen untuk memilih menginap di hotel berbasis syariah di Sumatera Barat.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, terdapat beberapa implikasi yang diperoleh bagi instansi terkait seperti pemerintah agar dapat mampu meningkatkan daya saing Sumatera Barat khususnya dalam bidang *halal tourism*. Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa implikasi penelitian untuk pihak pengelola hotel berbasis syariah agar dapat memperhatikan mengenai aturan dan fasilitas yang sudah diterapkan di hotel bersangkutan. Hal ini harus menjadi perhatian utama agar konsumen yang datang merasa puas dan akan melakukan kunjungan kembali ke Sumatera Barat dan lebih memilih untuk menginap di hotel berbasis syariah dibandingkan hotel konvensional.

Dapat dilihat dari hasil penelitian ini dimensi yang terendah adalah dimensi pengelolaan jasa di variabel persepsi hotel berbasis syariah. Dimensi ini menggambarkan mengenai jasa-jasa apa saja yang harus ada dan tidak boleh ada di dalam hotel berbasis syariah. Dimensi ini meliputi aturan pakaian tamu yang berkunjung, layanan spa yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, dan sebagainya. Untuk pihak pengelola hotel berbasis syariah, agar lebih meningkatkan pelayanan dan indikator dalam penelitian ini sebagai referensi dalam mengembangkan konsep hotel berbasis syariah.

Kontribusi penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa variabel persepsi, sikap dan nilai pelanggan berpengaruh pada niat menginap di hotel berbasis syariah di Sumatera Barat. Dengan demikian pihak pengelola hotel berbasis syariah akan lebih memperhatikan konsep *shariah compliant hotel* yang sedang diterapkan di hotel yang bersangkutan. Apabila konsep tersebut sudah sesuai dengan konsep *shariah compliant hotel*, maka akan membuat konsumen merasa aman dan nyaman terutama bagi wanita yang belum menginap jika menginap di hotel tersebut. Hal ini karena ada banyak sekali perbedaan mendasar antara konsep hotel konvensional dengan konsep hotel berbasis syariah, sehingga bisa menjadi daya tarik utama bagi calon konsumen potensial untuk menginap di hotel berbasis syariah jika diterapkan dengan baik dan benar sesuai konsepnya.

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, sebagai tinjauan pustaka serta sumber referensi bagi peneliti yang berminat meneliti mengenai persepsi, sikap dan nilai pelanggan pada niat menginap di hotel berbasis syariah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian, penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mungkin berpengaruh pada hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih memperhatikan keterbatasan tersebut untuk penelitian di masa mendatang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh langsung dari tiga variabel yaitu persepsi, sikap dan nilai pelanggan pada niat menginap. Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi niat menginap yang belum dibahas dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya dilakukan menggunakan 200 responden.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di responden yang berdomisili di Sumatera Barat.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi niat menginap yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat ditemukan hasil penelitian yang berbeda dan menambah ilmu dalam manajemen pemasaran, seperti kepuasan konsumen.
2. Disarankan agar dapat memperbanyak jumlah sampel yang menjadi responden sehingga hasil yang didapatkan dapat di generalisir.
3. Disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, tidak hanya yang berdomisili di Sumatera Barat saja tapi juga ke mancanegara.

