**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian permasalahan dan hasil penelitian serta pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Bauran pemasaran terdapat pengaruh yang signifikan dan bernilai positif terhadap peningkatan keputusan menginap konsumen, yaitu: Produk, Harga, Promosi, Karyawan dan Proses, sedangkan Lokasi dan Sarana fisik terdapat pengaruh negatif tetapi bernilai signifikan.
2. Hasil analisis penelitian diperoleh petunjuk bahwa ketujuh dimensi dari variabel bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap penongkatan keputusan konsumen secara berturut-turut adalah: Harga, Proses, Produk, Promosi, Lokasi, Karyawan, dan Sarana Fisik

**B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas dan tujuan penelitian ini, maka dapat dikemukakan saran penelitian sebagai berikut.

1. Keterjangkauan Lokasi memberikan pertimbangan bagi pihak hotel agar memperhatikan kemudahan untuk menjangkau lokasi hotel apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau memperluas usahanya dengan mendirikan hotel baru.
2. Sarana Fisik yang harus lebih diperhatikan adalah tampilan ruangan atau tata ruang sebuah hotel dan seragam karyawan karena pada saat konsumen pertama kali memasuki hotel mereka akan langsung mengamati suasana awal saat memasuki hotel tersebut.