

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Online travel agent* berpengaruh positif terhadap pendapatan hotel.
2. *Hospitality staff* berpengaruh positif terhadap pendapatan hotel.
3. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Setelah melakukan analisis, ternyata variabel yang paling berpengaruh terhadap pendapatan hotel adalah variabel *online travel agent (ota)* dan *hospitality staff*. Dengan kondisi tersebut, sebaiknya suatu hotel menjalin relasi yang baik dengan berbagai *online travel agent (ota)* untuk menjaga *brand image* hotel agar tetap dikenal dengan baik oleh para *partner* kerja atau kolega yang bekerja di *online travel agent (ota)*, walaupun dari segi bisnis mereka mendapatkan komisi atas penjualan kamar hotel tapi sebuah relasi bila dijalin dengan baik diharapkan bila terdapat hambatan dapat

diatasi dengan mudah. Selain itu, pihak hotel juga harus terus melakukan peningkatan kualitas pelayanan kepada tamu untuk meningkatkan *performa* layanan yang diberikan pihak hotel dan meningkatkan *rate* di *online review* bagi tamu yang telah menginap di hotel.

2. Bagi variabel lokasi yang tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hotel, saran yang dapat peneliti sampaikan sebaiknya pihak hotel tetap melakukan *sales call*, *sales trip*, *blasting*, dan kegiatan lainnya yang bersifat memperkenalkan produk hotel tempat kerja kita untuk dapat dikenal secara lebih luas oleh masyarakat. Dengan begitu masyarakat akan tahu *benefit* apa yang akan mereka dapat bila menginap di hotel yang kita iklankan. Walaupun studi empiris penelitian ini mengacu kepada *international chain group* hotel di Yogyakarta yang pada umumnya sudah dikenal secara mancanegara, tetapi sebagian besar orang akan lebih memilih hotel dengan harga dibawah hotel internasional tapi kualitas dan pelayanan diterima sama seperti menginap di hotel internasional. Hal ini yang akan menjadi kendala dikemudian hari, bila tamu merasa nyaman *stay* di hotel lokal dan memutuskan untuk menginap kembali di hotel tersebut. Maka pangsa pasar hotel internasional secara nyata akan kehilangan tamu sedikit demi sedikit karena tamu lebih memilih tinggal di hotel lokal dengan harga terjangkau dan pelayanan hampir sama dengan hotel internasional.