

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KASIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya dan berdasarkan hasil dari perhitungan statistik maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji signifikansi didapat persamaan regresi berganda adalah $Y = 2,898 + 0,528 X_1 + 0,233 X_2 - 0,212 X_3 + e$
2. Variabel bebas yang meliputi Promosi, Lokasi, Harga secara bersama-sama atau siltultan berpengaruh signifikan pada Peranan Psikologis Konsumen Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari hasil F hitung (75,400) > F tabel (2,699) dengan Sig. (0,000) < 0,05.
3. Berdasarkan hasil dari uji t parsial, variabel Promosi t-hitung (5,701) > t-tabel (1,985). Variabel Lokasi t-hitung (2,648) > t-tabel (1,985). Variabel Harga t-hitung (-2,178) > t-tabel (1,985). Dari hasil tersebut diketahui bahwa variabel bebas Promosi, Lokasi, Harga, berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat Peranan Psikologis Konsumen, dan dari hasil di atas dapat dilihat yang paling dominan yang mempengaruhi Peranan Psikologis Konsumen pada Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru adalah variabel Harga.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Hubungan antar variabel menunjukkan nilai R sebesar 0,628, berarti hubungan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen sangat kuat dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,375 yang artinya 37,5%, dari Peranan Psikologis Konsumen dipengaruhi oleh Promosi, Lokasi, dan Harga sedangkan sisanya sebesar 62,5% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran :

1. Dengan diterimanya hipotesis penelitian pada variabel Promosi, Lokasi dan Harga maka diharapkan kepada manajemen Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru agar tetap bisa menjaga Promosi, Lokasi dan Harga sehingga dapat meningkatkan Peranan Psikologis Konsumen untuk menginap dimasa yang akan datang.
2. Dari factor promosi pihak perusahaan harus lebih memperluas jangkauan promosinya kepada para konsumen sehingga konsumen bisa mengetahui dan mengenal bahwa Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru mempunyai inovasi-inovasi terbaru yang bisa menjadi salah satu pilihan alternatif mereka untuk melakukan penginapan.
3. Dari faktor lokasi sangat mempengaruhi Peranan Psikologis Konsumen dalam menggunakan jasa penginapan di Hotel Mutiara Merdeka Pekanbaru. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak hotel

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk selalu memperhatikan kemudahan untuk menjangkau lokasi hotel apabila pada suatu saat nanti ingin berpindah lokasi atau ingin memperluas usahanya dengan mendirikan bangunan hotel baru.

4. Dari faktor harga, pihak hotel harus selalu mempertimbangkan keterjangkauan harga dan pihak hotel harus selalu memperhatikan penawaran pihak pesaing, hal ini dikarenakan harga yang terjangkau membuat para konsumen merasakan produk yang didapatkan
5. Bagi peneliti lain yang berminat mengembangkan studi ini disarankan untuk lebih memperdalam kajian melalui pengembangan item-item pernyataan untuk variabel Promosi, Lokasi, dan Harga disesuaikan dengan kondisi bisnis jasa di lokasi atau wilayah penelitian yang dapat menggambarkan Peranan Psikologis Konsumen yang lebih detil lagi dan penelitian dapat dilakukan di lokasi yang berbeda untuk lebih memperdalam hasil penelitian ini.