BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan pemaparan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hotel Syariah Walisongo, maka peneliti dapat menyimpulkan:

1. Ada beberapa faktor yang membuat konsumen untuk memilih Hotel Syariah Walisongo yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.
2. Dari faktor-faktor tersebut yang paling dominan konsumen memilih hotel syariah tersebut adalah faktor budaya yaitu 13 konsumen, menurut konsumen faktor lokasi, pelayanan dan fasilitas yang membuat mereka memutuskan menginap di Hotel Syariah Walisongo. Sedangkan dari Faktor sosial yang memilih Hotel Syariah Walisongo karena bersama kelompok dan keluarganya yaitu 9 konsumen.

   Sedangkan faktor pribadi dan faktor psikologis tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap konsumen dalam memilih Hotel Syariah Walisongo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

1. Bagi pihak Hotel Syariah Walisongo untuk selalu mengembangkan fasilitas sarana dan prasarana agar Hotel Syariah Walisongo dapat menjadi hotel yang besar dengan konsep syariahnya.
2. Memperluas kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah media iklan diantaranya sebagai berikut :
   a. Pembentukan manajer marketing.
   b. Kerjasama dengan travel-travel.
   c. Memperluas jaringannya.
   d. Melakukan promosi di media elektronik dan melalui dunia maya internet.
3. Memperbaiki proses pelayanan agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan tamu hotel yang menginap.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id