

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dengan merujuk pada temuan dari penelitian ini, di mana kuesioner telah diberikan kepada 220 responden pengguna aplikasi Bobobox, dan melalui proses analisis regresi berganda, tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas *mobile hotel reservation* terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi Bobobox. Oleh karena itu, kesimpulan yang bisa diambil adalah sebagai berikut:

1. Secara umum tanggapan responden terhadap *mobile hotel reservation* yang terdiri dari *quality information, helpfulness, security & privacy* dan *price value* mendapatkan penilaian sangat tinggi. Pengguna merasa *helpfulness* pada aplikasi Bobobox sudah baik, adanya aplikasi Bobobox ini sangat bermanfaat dan membantu pengguna, pengguna dapat dengan mudah dan praktis menggunakan layanan dari aplikasi Bobobox secara efektif. Dimensi yang mendapatkan nilai presentase tertinggi adalah *helpfulness*, hal ini dikarenakan *helpfulness* merupakan hal sangat penting. Aplikasi yang bermanfaat bagi pengguna memungkinkan pengguna mencari, membandingkan, dan memesan akomodasi hotel dengan mudah. Aplikasi Bobobox menawarkan informasi detail tentang berbagai produknya, termasuk fasilitas, foto dan lain-lain. Dengan menggunakan aplikasi Bobobox, pengguna dapat dengan cepat menemukan hotel yang sesuai dengan preferensi dan anggaran mereka. Aplikasi Bobobox memungkinkan pengguna melihat ketersediaan kamar secara real-time dan membuat reservasi langsung melalui perangkat mobile mereka. Keuntungan lain dari aplikasi ini adalah pengguna dapat memanfaatkan penawaran khusus yang mungkin tidak tersedia jika memesan secara langsung. Selain itu, aplikasi Bobobox memiliki layanan pelanggan yang responsif untuk membantu pengguna mengatasi masalah atau pertanyaan terkait reservasi mereka. Karena itulah dimensi *helpfulness* mendapatkan persentase paling tinggi. Sedangkan sub variabel paling rendah adalah *price value*, hal tersebut terjadi karena harga yang diberikan dan ditawarkan oleh aplikasi Bobobox belum sesuai dengan

keinginan pengguna, hal ini lah yang menyebabkan persentase pada *price value* rendah.

2. Tanggapan responden mengenai *behavioral intention* sudah mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Penilaian tertinggi diperoleh dari item pertanyaan mengenai kesediaan pengguna untuk memberikan tanggapan positif mengenai aplikasi Bobobox kepada oranglain, hal ini dikarenakan aplikasi Bobobox yang dapat digunakan dengan mudah dan praktis, selain itu didalam aplikasinya pun terdapat keunikan yang bisa dirasakan saat pengguna sudah memesan kamar lewat aplikasi Bobobox seperti, pengguna bisa menggunakan aplikasi sebagai kunci dan remot kontrol untuk mengatur suasana kamar seperti musik, lampu dan lain-lain. Dengan keunikan tersebut membuat pengguna dapat memberikan tanggapan positif mengenai aplikasi Bobobox kepada oranglain. Sedangkan indicator pertanyaan dengan skor terendah adalah niat pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi Bobobox. Hal ini dikarenakan berdasarkan pertimbangan harga yang diberikan oleh aplikasi Bobobox dengan keinginan pengguna yang belum sesuai sehingga menimbulkan kurangnya niat untuk menggunakan kembali aplikasi Bobobox untuk memesan sebuah kamar hotel.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data secara simultan dan parsial mengenai *mobile hotel reservation* terdapat 4 dimensi yaitu *quality information*, *helpfulness*, *security & privacy* dan *price value* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini berarti pengguna mendapatkan pengalaman positif yang diterima oleh pengguna aplikasi Bobobox berdampak terhadap niat untuk berperilaku positif minimal dengan kesediaan pengguna untuk memberikan tanggapan positif mengenai aplikasi Bobobox kepada oranglain.

Melalui paparan tiga poin di atas, menyimpulkan bahwa penelitian ini telah menjawab seluruh rumusan masalah yang telah di rancang sebelumnya.

5.2 Rekomendasi

1. Meningkatkan *Mobile Hotel Reservation* merupakan salah satu cara agar pengelola ataupun pengembang aplikasi Bobobox dapat meningkatkan dan

mempertahankan *behavioral intention* pengguna. Pada variabel *mobile hotel reservation*, sub variabel *price value* mendapatkan skor paling rendah dibandingkan dengan sub variabel lainnya, hal ini dikarenakan pengguna aplikasi Bobobox yang masih merasa kurang puas terhadap keekonomisan harga, diskon ataupun promo yang ditawarkan oleh aplikasi terhadap keinginan pengguna, sehingga banyak pengguna yang merasa kurang puas dan menjadikannya sebagai bahan pertimbangan untuk mereservasi sebuah hotel pada aplikasi lain. Sebaiknya pengelola ataupun pengembang dari aplikasi Bobobox lebih menyesuaikan harga yang akan ditawarkan terhadap keinginan para pengguna, seperti menambahkan potongan harga atau promo yang lebih menarik agar pengguna merasakan kepuasan terhadap nilai harga yang diberikan dengan keinginan mereka.

2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *behavioral intention* pada aplikasi Bobobox penilaian *behavioral intention* terendah terdapat pada indikator niat pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi Bobobox. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang harus ditingkatkan atau diperbaiki oleh pihak Bobobox terutama dengan masalah harga yang ditawarkan kepada pengguna. Agar pengguna menjadikan hal tersebut sebagai bahan untuk pertimbangan melakukan reservasi hotel lewat aplikasi Bobobox dan akhirnya pengguna berniat untuk menggunakan Kembali aplikasi Bobobox..
3. Berdasarkan hasil pengujian antara pengaruh *mobile hotel reservation* terhadap *behavioral intention*, terdapat 4 dimensi yang memiliki pengaruh signifikan, yaitu *quality information*, *helpfulness*, *security & privacy* dan *price value*. Dengan dimensi nilai tertinggi yaitu *helpfulness* yang meliputi persepsi pengguna tentang bagaimana aplikasi menawarkan komunikasi yang bermanfaat, pengguna dapat dengan mudah dan praktis menggunakan layanan dari aplikasi Bobobox secara efektif. Peneliti menyarankan agar pihak pengelola ataupun pengembang aplikasi Bobobox dapat memanfaatkan peluang ini dengan memastikan bahwa aplikasi memenuhi kriteria penting seperti, kemudahan akses, aplikasi memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dan layanan kapan saja dan dimana saja untuk meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas, peningkatan efisiensi dimana

aplikasi dapat membantu pengguna menyelesaikan tugas lebih cepat dan efisien, personalisasi yang menyediakan pengalaman yang disesuaikan dengan preferensi pengguna untuk meningkatkan kepuasan dan yang terakhir selalu berinovasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *mobile hotel reservation* yang terdiri dari *quality information, helpfulness, security & privacy* dan *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* pada aplikasi Bobobox. Oleh karena itu, pengelola ataupun pengembang aplikasi Bobobox perlu mencatat adanya hubungan positif antara kualitas *mobile hotel reservation* dengan *behavioral intention* ini untuk memperkuat posisi kompetitif aplikasi Bobobox dalam industri pariwisata khususnya dalam industry perhotelan dan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas *mobile hotel reservation* melalui nilai *quality information, helpfulness, security & privacy* dan *price value*. Disamping itu, dalam meningkatkan *behavioral intention* dapat diimbangi dengan memperbaiki kekurangan kekurangan yang ada pada aplikasi diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh, terutama dalam memberi penawaran harga keseluruhan, sehingga pengguna tertarik untuk menggunakan kembali aplikasi ataupun konsumen yang belum pernah memakai aplikasi Bobobox lebih tertarik dengan kualitas yang diberikan oleh aplikasi. Sehingga mereka pun dapat mencoba untuk menggunakannya. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, dengan adanya beberapa kekurangan dan batasan. Oleh karena itu, sebagai saran untuk penelitian mendatang, disarankan agar para peneliti memperdalam kajian mengenai pengaruh *behavioral intention* yang dipengaruhi oleh variabel terikat dalam konteks *mobile hotel reservation*. Disarankan juga untuk memanfaatkan dimensi dan teori terbaru, serta menerapkan pendekatan penelitian yang berbeda guna mengembangkan penelitian ini menjadi lebih baik. Dengan demikian, diharapkan temuan dari penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi berharga bagi industri perhotelan, terutama dalam konteks *mobile hotel reservation* di masa yang akan datang..