

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, sesuai dengan tujuan penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan yaitu bahwa :

1. Tanggapan wisatawan domestik Kota Bandung terhadap pemanfaatan Situs TripAdvisor adalah tinggi, dimana sebanyak 68% wisatawan yang menjadi responden menyatakan dirinya telah memanfaatkan situs TripAdvisor . Ini artinya wisatawan domestik yang datang ke Kota Bandung sudah mempertimbangkan situs TripAdvisor sebagai sumber informasi mereka. Tingginya pemanfaatan situs TripAdvisor pun terbukti melalui penjelasan pada bab I bahwa memang tripadvisor.com lah yang menjadi pencarian utama wisatawan yang hendak mengunjungi Kota Bandung. Selain ada yang setia memanfaatkannya tetapi ada juga wisatawan yang tidak secara terus menerus memanfaatkan situs TripAdvisor ini dan bahkan menjadikannya sebagai pilihan kedua dari situs-situs lain yang mereka rasa memiliki konten dan *review* informasi hotel lebih lengkap dan *ter-update*.
2. Tanggapan wisatawan domestik Kota Bandung terhadap keputusan pembelian kamar hotel adalah tinggi, dimana 74% wisatawan yang menjadi responden memberikan suara positif untuk keputusan pembelian kamar hotel. Artinya bahwa wisatawan domestik kota Bandung merasa bahwa pemilihan hotel, pemilihan merek hotel, pemilihan penyalur kamar hotel, jumlah pembelian/ penyewaan kamar hotel, waktu pembelian/ penyewaan kamar hotel, serta metode pembayaran dan pemesanan kamar hotel merupakan hal-hal atau poin-poin penting yang perlu sekali diperhatikan sebelum mereka beranjak ke langkah pengambilan keputusan pembelian kamar hotelnya itu sendiri.

3. Pada penelitian ini pemanfaatan situs TripAdvisor berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap keputusan pembelian kamar hotel. Besar pengaruhnya yaitu 0,531 yang artinya hubungannya sedang. Sedangkan untuk perhitungan koefisien regresi, diperoleh persamaan sebagai berikut $Y = 33,640 + 0,445X$. Selanjutnya koefisien determinasi yang diperoleh adalah 28,20%, dengan kata lain pengaruh pemanfaatan situs TripAdvisor terhadap keputusan pembelian kamar hotel sebesar 28,20% atau 71,80% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan penelitian ini, maka dapat diambil beberapa rekomendasi yang mendukung, yaitu :

1. Untuk memperbaiki *costs of use* dan *incentives on use and adaption* yang memperoleh kategori sedang, sebaiknya situs TripAdvisor lebih rajin lagi mencari para pemegang akun tetap situs ini untuk menciptakan banyak ulasan hotel yang selalu *ter-update* dan terpercaya. Dengan cara mempermudah lagi pengaksesannya entah itu melalui isi konten yang tak terlalu berat, kualitas gambar yang tak terlalu besar, sehingga dapat mempercepat seseorang mengakses isi ulasan di situs TripAdvisor. Juga lebih banyak mempromosikan situsnya untuk menciptakan para pemegang akun tetap. Semakin sering seseorang mengulas pengalamannya semakin banyak para pembaca yang memberikan *vote* bahwa ulasan tersebut '*helpful*' atau sangat membantu bagi mereka. Dengan begitu hal ini akan menciptakan juga orang-orang yang setia dan memiliki dorongan lebih untuk lagi-lagi menggunakan situs TripAdvisor tersebut atas dasar kepercayaannya itu.
2. Berdasarkan penelitian ini bahwa adanya pengaruh pemanfaatan situs TripAdvisor terhadap keputusan pembelian kamar hotel. Dengan itu alangkah lebih baik apabila hotel-hotel di Kota Bandung lebih memperhatikan kinerja karyawan terutama para *front liner* agar tidak terlalu sering menimbulkan kesan buruk bagi para tamu mereka. Seperti dengan mengadakan *training/* pelatihan secara rutin dan mengadakan sanksi yang tegas bagi *staff* yang menimbulkan masalah. Karena tak dapat dipungkiri bahwa melalui ruang

online khususnya situs TripAdvisor, informasi apapun baik itu bagus atau buruk nya suatu hotel dapat dengan mudah tersebar dan dengan mudah juga mempengaruhi wisatawan dalam menentukan keputusan pembelian kamar hotel mereka.

3. Untuk memperbaiki *dealer choices*/ pemilihan penyalur yang mendapatkan poin terendah . Maka dari itu, alangkah lebih baik apabila hotel-hotel yang belum menggunakan atau belum terlalu *intens* menggunakan ruang *online* untuk menerima reservasi nya sekarang lebih diperhatikan lagi, yaitu salah satunya dengan membentuk departemen khusus yang menangani reservasi *online* dan juga untuk dapat memerhatika secara khusus mengenai *review* hotel tersebut di ruang *online*.
4. Selain itu agar para pengguna internet pun tak lupa dengan keberadaan TIC (*Tourist Information Centre*) untuk pencarian informasi khususnya mengenai kota Bandung dan hotel di kota Bandung ini. Karena sebenarnya selain internet masih banyak lagi sumber-sumber informasi/ media lain yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi wisatawan.
5. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih detil dengan mengambil beberapa situs atau dengan mengambil situs *online review* atau reservasi kamar hotel lain yang belum pernah dilakukan penelitiannya. Selain itu peneliti selanjutnya dapat mengambil lebih banyak lagi sampel dengan objek penelitian di kota lainnya.