

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yang bersifat umum mengenai kualitas website terhadap keputusan pembelian pemesanan kamar hotel melalui situs trivago. Adapun beberapa kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Gambaran kualitas website trivago menurut konsumen yaitu secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa situs trivago merupakan *user friendly*, *catchy* dan *trustworthy*.
2. Gambaran keputusan pembelian pada situs trivago memiliki hasil yang positif karena konsumen dimanjakan dengan segala kemudahan, disajikan berbagai pilihan serta penawaran, kenyamanan dan keamanan pada saat mengunjungi website memberikan pengalaman yang baik sehingga dapat melakukan pembelian pemesanan kamar hotel.
3. Pengaruh kualitas website terhadap keputusan pembelian pemesanan kamar hotel berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis korelasi dan analisis regresi linear sederhana diperoleh kesimpulan bahwa kualitas website memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji korelasi menyatakan bahwa adanya hubungan antara dua variable tersebut dan dapat dikategorikan hubungan yang sangat kuat sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas website memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diungkapkan, diperlukan adanya beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dan diharapkan akan memberikan kontribusi yang berarti untuk perusahaan Trivago untuk meningkatkan keputusan pembelian pemesanan kamar hotel secara *online* pada situs trivago.com. Saran tersebut antara lain:

1. Hasil menunjukkan bahwa indikator kualitas informasi dan interaksi menjadi indikator yang paling lemah pada situs trivago, sehingga situs trivago harus berupaya untuk memperbaiki komunikasi dengan konsumen, seperti membuat fitur khusus *chat* antara konsumen dengan layanan konsumen yang dapat ditanggapi secara langsung, meningkatkan kualitas informasi dengan melengkapi informasi tentang, rating, hotel, ulasan, fasilitas, jarak pada beberapa pilihan kamar hotel yang masih belum tersedia.
2. Trivago harus lebih mengedukasi lagi konsumen tentang keunggulan yang ditawarkan pada situs trivago.com .

3. Untuk penelitian selanjutnya, jika disarankan untuk melakukan penelitian pada jenis *e-commerce* lainnya dan juga menggunakan variabel independen yang berbeda, agar didapatkan hasil yang lebih akurat mengenai variabel lain terhadap kualitas website yang akan diteliti.