

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, juga hasil penyebaran kuisioner serta hasil dari berbagai analisis faktor dan uji banding yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan karakteristik wisatawan yang membaca ulasan daring, jenis kelamin perempuan lebih dominan membaca ulasan daring dalam memilih hotel, usia 17-25 lebih dominan dalam membaca ulasan daring dengan pendidikan terakhir SMA dan kebanyakan berdomisili di Kota Bandung. Wisatawan yang membaca ulasan daring kebanyakan mahasiswa dengan penghasilan kurang dari Rp.1.500,000 perbulan. TripAdvisor adalah sumber ulasan daring yang paling sering digunakan oleh wisatawan untuk membantu mereka dalam memilih dan mencari hotel. Berdasarkan jenis kelamin perempuan lebih dominan membaca ulasan daring dalam memilih hotel. Berdasarkan karakteristik tersebut, dapat diketahui bahwa jenis wisatawan tersebut merupakan jenis wisatawan muda atau *young traveler*
2. Berdasarkan hasil analisa faktor terhadap faktor pemlihan informasi dari ulasan daring, terdapat faktor yang paling dominan atau yang paling kuat sehingga cenderung mereka memilih informasi tersebut dan memilih hotel yang telah direkomendasikan daam ulasan tersebut. Faktor dominan ini dapat dilihat dari nilai *eigenvalue*, dimana semakin besar nilai *eigenvalue* maka semakin besar juga pengaruhnya bagi responden untuk memilih informasi tersebut. Faktor *usefulness information* merupakan faktor yang paling dominan yang dapat mempengaruhi tamu dalam memilih informasi dari ulasan daring. Faktor *usefulness information* tersebut memiliki nilai korelasi tertinggi dalam *Component Transformation Matrix*, dimana di dalamnya terdapat dua variabel yaitu *relevance information* dan

understandbility information yang berarti faktor tersebut sangat kuat dalam menjelaskan faktor yang terbentuk.

5.2. Rekomendasi

Jika dilihat dari faktor dominan atau faktor terkuat, kebanyakan dari wisatawan memilih informasi yang menurut mereka berguna dan bermanfaat. Mereka tak hanya melihat dari rating produk atau ulasan yang terbaru. Mereka akan meninjau lebih dalam tentang ulasan suatu hotel. Oleh sebab itu rekomendasi dalam penelitian ini ditunjukkan kepada manajemen hotel. Rekomendasi ini disusun berdasarkan hasil dari analisis, yaitu sebagai berikut.

1. Penting bagi manajemen hotel untuk mengetahui bahwa bagaimanapun para pembaca ulasan daring akan lebih percaya terhadap informasi yang ditulis dari ulasan daring daripada pemasaran hotel tersebut, karena mereka dapat mengetahui baik buruknya atau hal-hal negative dan positif dari hotel tersebut. Oleh sebab itu direkomendasikan bagi manajemen hotel untuk memasarkan dan mempromosikan produk beserta fasilitas mereka harus sejelas mungkin dan sesuai dengan kenyataan produk yang mereka tawarkan tanpa melebih-lebihkan agar tidak terjadi *over promotion*. Selain itu bagi manajemen hotel direkomendasikan untuk selalu meninjau ulasan daring yang telah ditulis oleh tamu agar dapat memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan beserta fasilitas hotel untuk mendapatkan komentar positif di kemudian hari. Selain itu, manajemen hotel disarankan untuk mengapresiasi ulasan positif dan merespon ulasan negatif sebagai tanda permintaan maaf.
2. Bagi akademisi direkomendasikan untuk menganalisis lebih lanjut tentang perbandingan informasi dari ulasan daring dan informasi dari pemasaran produk hotel terhadap keputusan wisatawan. Sehingga kita dapat mengetahui informasi mana yang lebih efektif membantu wisatawan dalam memilih hotel.

