

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori, hasil penelitian, dan pengujian yang dilaksanakan mengenai hubungan website sebagai media informasi hotel terhadap keputusan menginap di favehotel Premier Cihampelas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai hubungan website sebagai media informasi hotel secara umum mendapat penilaian yang baik dari tamu yang menginap dengan menggunakan *online booking*. Penilaian tertinggi diperoleh oleh informasi fasilitas sebagai salah satu pengukuran bagaimana hubungan website sebagai media informasi hotel, sedangkan penilaian terendah diperoleh informasi kontak konsumen seperti dijelaskan di bawah ini:
 - a. Secara keseluruhan hubungan website sebagai media informasi hotel terutama informasi fasilitas sudah baik dan beragam, dikarenakan informasi fasilitas menggambarkan secara umum produk dan jasa hotel dan informasi mengenai fasilitas dan layanan yang tersedia untuk para tamu. Informasi semacam fasilitas yang ada di hotel dan website akan menjadi hal penting yang dapat memberikan tambahan dan pengetahuan yang lebih lagi bagi keberlangsungan bisnis hotel
 - b. Informasi kontak konsumen dalam penilaian hubungan website sebagai media informasi hotel mendapatkan penilaian terendah. Dinilai bahwa informasi yang diberikan mengenai kontak konsumen yang sangat berhubungan erat dengan kebutuhan tamu saat ingin melakukan

reservasi ke suatu hotel. Informasi kontak konsumen merupakan fasilitas dan layanan yang tersedia di *website* dalam hubungannya untuk melakukan kontak dengan pengelola hotel. Kurangnya informasi untuk melakukan kontak dengan konsumen akan mempersulit tamu ketika akan memenuhi beberapa kebutuhannya seperti harga kamar, transportasi tersedia, ataupun pemillihan jenis kamar sesuai *request* dari tamu.

2. Gambaran mengenai keputusan tamu menginap di favehotel Premier Cihampelas secara umum mendapat penilaian yang baik dari tamu. Aspek yang memperoleh penilaian tertinggi adalah pilihan produk/jasa karena tamu akan datang ke hotel tapi sebelum datang tamu tersebut mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk hotel untuk mendapatkan pemahaman. Bagi tamu, bertambahnya informasi dan pengetahuan mengenai produk yang tersedia di hotel seperti restoran, jenis kamar, ataupun fasilitas lain yang tersedia menjadi hal-hal yang paling penting dalam memutuskan menginap di favehotel Premier Cihampelas. Sedangkan penilaian terendah diperoleh oleh waktu pembelian, hal ini dikarenakan bagi tamu keputusan untuk menginap tidak dipengaruhi secara besar oleh waktu dan bisa mengakses ke situs favehotels.com kapan saja dan dimana saja.
3. Hubungan website sebagai media informasi hotel memberikan pengaruh terhadap keputusan menginap di favehotel Premier Cihampelas. Namun tidak semua dalam sub variabel mendapat penilaian dalam hubungan website terhadap keputusan menginap. Terdapat dua sub variabel yang tidak

memberikan pengaruh begitu besar terhadap keputusan berkunjung, diantaranya adalah informasi kontak konsumen dan manajemen website. Artinya hubungan website sebagai media informasi hotel yang terdiri dari: informasi fasilitas, informasi area sekeliling dan informasi reservasi memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan menginap tamu yang datang ke favehotel Premier Cihampelas. Dengan begitu, apabila terjadi peningkatan hubungan antara website favehotels.com terutama pada informasi kontak konsumen dan informasi manajemen website maka dapat memperkuat rangsangan yang akan diberikan pada tamu untuk akhirnya memutuskan menginap di favehotel Premier Cihampelas

5.2 Rekomendasi

Saran untuk meningkatkan kinerja website sebagai media informasi hotel adalah mempertahankan hasil-hasil positif yang telah dicapai dan meningkatkan kualitas kinerja yang dimiliki saat ini. Penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Secara keseluruhan kinerja website favehotels.com sebagai media informasi hotel sudah dalam kondisi yang baik, seperti: informasi kontak konsumen yang diberikan untuk menggambarkan secara umum produk dan jasa pariwisata dan informasi mengenai fasilitas dan layanan yang tersedia untuk tamu. Namun dalam penilaian yang mempengaruhi informasi kontak konsumen tidak mendapatkan pengaruh yang baik bagi tamu untuk memutuskan menginap meskipun penilaian dalam kinerjanya bagus. Jadi kinerja dalam memberikan informasi di situs khususnya berupa informasi kontak konsumen harus lebih baik lagi dan membuat tamu semakin kaya

akan informasi yang akan mereka cari untuk bekal mereka memutuskan bermenginap di favehotel Premier Cihampelas. serta elemen-elemen yang terdapat didalamnya yaitu online forum, feedback form, FAQ, dan press release harus saling mendukung dan tidak menghambat proses pencarian informasi menjadi lebih lama. Selain itu manajemen website juga mendapatkan penilaian yang tidak begitu baik. Informasi yang diberikan mengenai kemudahan dalam penggunaan yang sangat berhubungan erat dengan kebutuhan tamu saat ingin melakukan browsing dianggap kurang. Maka kinerja dalam memberikan informasi di situs khususnya kemudahan bahasa dan pengaturan simple dalam suatu website harus lebih diperbaiki, agar mempermudah tamu untuk melakukan browsing sebelum memutuskan untuk menginap di favehotel Premier Cihampelas.

2. Keputusan menginap tamu yang datang ke favehotel Premier Cihampelas sudah sangat baik, namun hotel harus tetap menjaga dan mempertahankan tamu untuk selalu mendapatkan informasi-informasi yang berkaitan dengan hotel guna tingkat keinginan tamu untuk menginap di favehotel Premier Cihampelas semakin tinggi.
3. Strategi yang di jalankan oleh manajemen favehotel Premier Cihampelas melalui situs adalah langkah yang sangat baik, manajemen harus terus memperbaiki dari segi apapun yang terdapat dalam situs. Manajemen dapat berkaca pada situs-situs hotel yang telah mendapatkan penilaian yang baik. Jika alat pemasaran seperti website favehotels.com telah menarik maka tidak dapat dihindarkan lagi keputusan menginap akan meningkat.