

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah penulis mengadakan pembahasan mengenai “Analisis Faktor Motivasi Yang Mendorong Konsumen Untuk Menginap Melalui Aplikasi Airbnb di Kota Bandung”, maka penulis dalam bab ini akan mencoba menarik suatu kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan atas uraian yang telah penulis kemukakan dalam bab sebelumnya.

1. Berdasarkan keseluruhan pemaparan analisis perhitungan statistik pada analisis faktor, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa segmen pelanggan yang terbagi menjadi 5 faktor, antara lain: Faktor 1 (*completeness of information*) yang mengutamakan foto properti menarik, pentingnya ulasan konsumen ketika akan memilih properti Airbnb, dan harga yang terjangkau; Faktor 2 (*add personal experience*) yang mengutamakan merasa seperti di rumah, pengalaman menyenangkan, pengalaman yang tidak dapat diprediksi, dan ingin menghabiskan uang untuk pergi ke penduduk setempat; Faktor 3 (*feel local experience*) yang mengutamakan ramah lingkungan, ingin memiliki pengalaman lokal yang otentik, ingin tinggal di lingkungan non-turis, dan lokasi yang terletak di pusat kota; Faktor 4 (*availble facility and novelty experience*) yang mengutamakan jumlah ruang yang besar, fasilitas rumah tangga, melakukan sesuatu yang baru dan berbeda, dan ingin memberitahu pengalaman kepada teman/keluarga; dan Faktor 5 (*interaction*) yang mengutamakan berinteraksi dengan tuan rumah, penduduk setempat dan menerima info / tips lokal yang berguna dari tuan rumah saya.
2. Berdasarkan keseluruhan pemaparan analisis perhitungan statistik pada analisis deskriptif, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 2 *cluster*, antara lain : *Cluster 1 (collaborative consumer)* konsumen pada *cluster* ini memiliki penghasilan berkisar Rp. 5.000.000 – Rp.10.000.000, rentan usia 26-35 tahun, dan pekerjaannya di dominasi oleh pegawai swasta dengan pendidikan terakhir S1, konsumen pada *cluster* ini tertarik

pada Airbnb karena mereka mencari dan ingin merasakan pengalaman lokal yang ada di sekitaran tempat tinggal dan konsumen pada *cluster* ini, mereka suka berinteraksi dengan penduduk sekitar. Selanjutnya *cluster 2 (novelty seekers)* yaitu di dominasi oleh mahasiswa/pelajar yang bertempat tinggal di kota Bandung dengan rata-rata memiliki penghasilan < Rp. 3.000.000 dengan rentan usia 18-25 tahun. Faktor utama yang mendukung konsumen pada *cluster* ini dalam menggunakan Airbnb adalah mereka melihat fasilitas yang ditawarkan, dan mereka mencari sesuatu yang baru yang belum pernah atau jarang mereka didapatkan, dengan harapan mereka bisa mendapatkan sebuah pengalaman yang menarik yang belum pernah didapatkan sebelumnya.

## 5.2 Saran

Sesuai hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk beberapa pihak, yaitu sebagai berikut :

1. Rekomendasi Praktisi, Para penyedia jasa menginap Airbnb harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat menarik konsumen dalam memesan propertinya, karena banyak keuntungan yang dapat diambil ketika para pemilik properti tersebut memperhatikan beberapa faktor yang mendukung konsumen untuk memilih properti di Airbnb, sehingga dapat menambah antusiasme konsumen untuk memesan propertinya di aplikasi Airbnb. Lalu apabila dilihat dari sudut pandang penelitian ini, sebaiknya para pemilik properti lebih berinovasi, baik dalam fasilitas ataupun kegiatan yang dapat dilakukan didalam tempat tinggal ataupun di sekitar lingkungan tempat tinggal, agar para konsumen bisa memiliki pengalaman yang berbeda dan pastinya menyenangkan.
2. Saran Akademik Pada penelitian ini hanya mencari apa saja faktor motivasi konsumen, maka dari itu diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambah beberapa variabel juga rujukan tambahan mengenai Airbnb, untuk bisa lebih memprediksi faktor saja yang berpengaruh

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Selama proses pelaksanaan penelitian ini penulis sudah berusaha dengan sebaik mungkin dan sesuai dengan prosedur karya ilmiah. Namun penelitian ini memiliki keterbatasan karena penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dimana pada tahap pengambilan data hanya menggunakan kuesioner dan tidak menutup kemungkinan selama proses pengambilan data terdapat beberapa konsumen yang menjawab pernyataan dengan asal-asalan. Penulis pun kesulitan dalam menemukan jurnal referensi lain yang hasilnya serupa dengan penelitian ini. Selain itu, kuesioner yang digunakan peneliti merupakan kuesioner tertutup dimana responden tidak menyebutkan alasan mengapa suatu indikator dinilai setuju atau tidaknya dalam memotivasi konsumen menginap melalui layanan aplikasi Airbnb. Namun setelah melalui beberapa proses pengujian, data-data yang dihasilkan adalah valid dan layak untuk digunakan.