

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta pembahasan berdasarkan teori-teori yang bersangkutan mengenai pengaruh *User Generated Content* Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Menginap Generasi Milenial Di Kota Bandung, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai *user generated content* berada pada kategori “tinggi” yang dapat diartikan responden menilai *user generated content* tergolong baik. Dapat diketahui bahwa variabel *user generated content* terdiri dari beberapa indikator diantaranya kemudahan (*ease of use*), kegunaan (*usefulness*), dapat dipercaya (*trustworthiness*) dan pengetahuan (*expertise*). Indikator pengetahuan (*expertise*) memiliki persentase skor tertinggi yaitu sebesar 84%, skor tersebut berada pada kategori tinggi. Pengetahuan (*expertise*) terdiri dari tiga pernyataan untuk mengetahui bagaimana pandangan generasi milenial terhadap *content creator*. Dalam *user generated content*, *content creator* merupakan jantung dari sumber informasi UGC dikarenakan merekalah yang membuat, menyediakan dan membagikan informasi suatu hotel berdasarkan pengalaman pribadi mereka hingga dapat di konsumsi oleh khalayak umum. Selain itu juga dalam proses pencarian informasi, generasi milenial cenderung akan berkonsultasi kepada *content creator* untuk membantu pada saat memilih suatu hotel. Sehingga seluruh poin penilaian tersebut merupakan poin penting untuk dapat meningkatkan keputusan menginap generasi milenial.
2. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel keputusan menginap berada pada kategori tinggi yang berarti keputusan menginap generasi milenial cenderung akan memilih hotel yang memberikan kemudahan . Dapat diketahui bahwa variabel Keputusan Menginap terdiri dari beberapa dimensi diantaranya *flexibility*,

location, timing dan *social composition*. Dimensi *flexibility* memiliki persentase skor tertinggi yaitu sebesar 86% skor tersebut termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Dimensi *flexibility* terdiri dari dua pernyataan yang menjelaskan bagaimana kriteria pemilihan hotel oleh generasi milenial, dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa generasi milenial cenderung akan memilih hotel yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mengatur ulang rencana menginap mereka sehingga memungkinkan wisatawan untuk memiliki respon terhadap hal-hal yang tidak dapat diketahui dengan pasti di masa yang akan datang. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa *flexibility* merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan wisatawan pada saat akan memilih hotel sebagai tempat mereka menginap.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data dan uji statistik menggunakan *software SPSS 25.0* dapat diketahui bahwa variabel *user generated content* mempengaruhi variabel keputusan menginap sebesar 31,4%, sedangkan 68,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa *user generated content* memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menginap generasi milenial. Dikarenakan pada kenyataannya generasi milenial cenderung mempercayai informasi berdasarkan dari pengalaman seseorang yang sudah pernah menginap di suatu hotel yang dimuat pada media sosial serta meminta pendapat mereka sebelum membuat suatu keputusan menginap menjadi salah satu indikasi bahwa *user generated content* berpengaruh terhadap keputusan menginap.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa kekurangan karena adanya keterbatasan pelaksanaannya. Waktu penelitian yang terhambat karena adanya Pandemi *Covid-19*, sehingga sulit untuk melakukan atau mendapatkan responden secara langsung karena Pemerintah Indonesia menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang menyebabkan pemberhentian sementara seluruh kegiatan masyarakat dari aktivitas khususnya pariwisata dan menutup sementara sebagian destinasi wisata. Hal tersebut membuat daya beli masyarakat Indonesia

yang menurun secara drastis sehingga menyebabkan banyaknya calon wisatawan mengurungkan niat atau membatalkan atau menunda pemesanan kamar dikarenakan dibatasinya kegiatan masyarakat dan juga mereka lebih memprioritaskan kesehatan mereka dan kebutuhan utama seperti sandang, pangan dan papan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan beberapa hal, berikut ini merupakan saran yang diajukan oleh penulis:

1. Bagi akademisi, kepada peneliti berikutnya, perlu dilakukan perluasan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *user generated content* serta mengembangkan variabel lain yang dapat meningkatkan keputusan menginap wisatawan dengan lokasi dan kelompok responden yang berbeda sehingga didapatkan hasil kajian yang lebih luas.
2. Bagi *marketers* suatu hotel, diharapkan untuk dapat memanfaatkan *user generated content* sebagai salah satu strategi untuk dapat meningkatkan keputusan menginap wisatawan khususnya generasi milenial, karena berdasarkan temuan pada penelitian ini generasi milenial cenderung mempercayai informasi dari *user generated content* dibandingkan dengan informasi yang dikeluarkan oleh hotel.
3. Pada penelitian ini juga menggambarkan bagaimana generasi milenial membuat suatu keputusan menginap, sehingga diharapkan pihak perusahaan dapat lebih memahami bagaimana keinginan konsumen pada saat mereka membuat keputusan untuk memilih hotel khususnya yang menargetkan konsumen generasi milenial sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan pemahaman mengenai *consumer behavior*.