BAB V
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan 100 angket atau kuesioner kepada tamu individu yang menginap di Travello Hotel Bandung berdasarkan ulasan pada Tripadvisor dan dengan perhitungan menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *e-wom* terhadap keputusan menginap di Travello Hotel Bandung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran keputusan menginap berada pada kategori tinggi (baik) yang mana harga yang ditawarkan serta kesesuaian produk yang ditampilkan di Tripadvisor mendorong pertimbangan menginap tamu.
2. Gambaran *e-wom* di Travello Hotel Bandung dalam kategori tinggi (baik) yang mana dimensi *e-wom quality* mendapatkan nilai tertinggi dikarenakan tamu objektivitas *review* yang ditampilkan di Tripadvisor terhadap Travello Hotel Bandung, sedangkan dimensi *e-wom quantity* mendapatkan nilai terendah hal tersebut disebabkan ada beberapa item pertanyaan yang mendapatkan nilai yang rendah yang mana frekuensi *review* di Travello Hotel Bandung pada Tripadvisor masih perlu ditingkatkan.
3. Secara simultan dan parsial variabel *e-wom* yang terdiri dari *e-wom quality*, *e-wom quantity* dan *sender expertise* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah disimpulkan pada penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari pengaruh *e-wom* terhadap keputusan menginap sebagai berikut:

1. Keputusan menginap tamu di Travello Hotel Bandung dinilai sudah baik, akan tetapi perlu diperhatikannya ketersediaan layanan yang tertera pada Tripadvisor

Rahmat Fitra, 2021
BAB IV-V PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dapat ditambah dikarenakan hal tersebut mendorong tamu mendapatkan gambaran besar tentang hotel sebelum memutuskan untuk menginap.

2. Secara keseluruhan *e-wom* yang telah diimplementasikan Travello Hotel Bandung melalui Tripadvisor dapat dikatakan sudah baik, penulis merekomendasikan agar karyawan *front office* mengarahkan setiap tamu yang akan melakukan *check out* dapat ikut serta memberikan ulasannya melalui Tripadvisor sehingga kuantitas ulasanpun dapat meningkat. Banyaknya tamu yang memberikan ulasan dapat meningkatkan kepercayaan calon tamu lainnya yang membaca ulasan di Tripadvisor.
3. Pengaruh *e-wom* terbukti dapat mempengaruhi keputusan menginap, namun tentunya dalam hal ini masih terdapat kekurangan yaitu pada dimensi *sender expertise* yang memiliki pengaruh terendah, rekomendasi penulis yaitu Travello Hotel Bandung dapat mengajak *travel blogger & travel influencer* untuk dapat menginap serta memberikan ulasan yang menarik melalui pengalaman yang dirasakan selama menginap.
4. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai *e-wom* melalui media lainnya seperti *online travel agent* ataupun media sosial. Penambahan jumlah responden serta penggunaan teknis analisis lainnya seperti analisis jalur atau *SEM* dapat dilakukan sehingga penelitian ini berkembang menjadi lebih baik.