

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode analisis konten *electronic word of mouth* tamu hotel bintang 5 Kota Bandung yang memberikan ulasan di TripAdvisor dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai keluhan yang paling banyak dibicarakan berdasarkan indikator *e-wom* ialah *service quality* hal ini dikarenakan tamu-tamu yang memberikan ulasan melihat nyaman ketika mereka berkunjung ke hotel bintang 5 dengan harapan ketika mereka menginap mereka berharap hotel tersebut memberikan pelayanan lebih dari pada tempat lain terutama dalam hal kenyamanan selama mereka menginap. Sedangkan untuk indikator *food and beverage, noisiness and crowdedness, overbilling, safety, dan misleading information* masing-masing hanya dibahas satu kali. Hal ini dikarenakan tamu sudah mendapatkan harapan mereka ketika melihat ulasan sebelum menginap dan merasakan hal yang sama saat menginap.
2. Hasil penelitian mengenai intensitas ulasan positif dan negative yang diberikan tamu hotel bintang 5 di TripAdvisor mayoritas tamu memberikan ulasan positif dengan total 1.796. Hotel yang memiliki ulasan positif paling banyak adalah Padma Hotel dengan total ulasan 776. Hal ini dikarenakan pengalaman yang dirasakan tamu sangat menginap sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel, produk yang ditawarkan sangat bervariasi, serta fasilitas hotel yang lengkap. Sedangkan ulasan yang paling sedikit yaitu pada Pullman Bandung Grand Central dengan total hanya 303 ulasan. Hal ini dikarenakan keberadaan Pullman Bandung Grand Central yang terhitung masih baru untuk kategori hotel bintang 5 di Bandung dan juga jumlah tamu yang menginap tidak terlalu banyak seperti Padma Hotel yang sudah ada lama di Kota Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa rekomendasi kepada para pengelola hotel, mahasiswa serta peneliti selanjutnya. Oleh karena itu pada penulis memberikan beberapa saran antara lain:

1. Bagi Pengelola Hotel

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ulasan yang paling banyak dibicarakan tamu hotel yaitu dibahas ialah *service quality*. Penulis memberikan rekomendasi bagi pengelola hotel untuk membuat strategi melalui karyawan *front office* mengarahkan setiap tamu yang akan melakukan *check out* untuk menayakan keluhan mereka selama menginap supaya dapat diatasi dan memberikan *service recovery* kepada tamu sehingga mereka tidak memberikan ulasan negatif setelah menginap. Berikut ini beberapa saran berdasarkan hasil temuan peneliti:

- a. *Food and beverage*: meningkatkan kualitas makanan dengan lebih memperketat *quality control* sebelum makanan dihidangkan.
- b. *Noisiness and crowdedness*: hotel dapat mengajak tamu bersama-sama untuk saling mengingatkan kembali selama menginap dan mengikut sertakan seluruh staf agar dapat menjaga kenyamanan bersama.
- c. *Overbilling*: untuk mengatasi terjadinya kejadian *overbilling* sebaiknya pihak hotel melakukan double cek terhadap tamu tentang kebijakan hotel.
- d. *Safety*: peningkatan keamanan hotel dengan menagajak tamu bersama2 untuk saling mengingatkan kembali selama menginap dan mengikut sertakan seluruh staf agar lebih *aware* terhadap *safety* tidak hanya mengandalkan staf keamanan saja.
- e. *Misleading information*: inisiatif dari staf untuk memberikan informasi atau mengingatkan tamu dan memberikan informasi hotel secara jelas ketika melakukan *check in*.

Selain itu untuk intesitas ulasan yang didominasi oleh ulasan positif penulis merekomendasikan untuk mengarahkan tamu untuk mengulas hotel agar ulasan yang diberikan lebih meningkat lagi dan semakin banyaknya jumlah ulasan yang

positif dan rating yang tinggi akan mempengaruhi calon tamu dalam melakukan keputusan menginap di masa depan.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi mahasiswa lainnya terutama bagi mahasiswa Manajemen Pemasaran Pariwisata terutama dengan mereka yang memiliki minat untuk meneliti mengenai Analisis Konten *Electronic Word Of Mouth*.

3. Bagi Masyarakat

Berdasarkan hasil penemuan yang diuraikan di atas, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi perkembangan ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata, khususnya mengenai Analisis Konten *Electronic Word Of Mouth*.