BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Peneliti akan menyimpulkan keterangan dari hasil dan pembahasan penelitian sebagai berikut:

- Ulasan pelanggan online mempengaruhi keputusan generasi milenial dalam memesan kamar hotel melalui pemesanan online, yaitu sebesar 80,46% atau dan sisanya sebesar 19,54% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum termasuk dalam penelitian ini.
- Dari 16 sub-variabel yang diuji menggunakan analisis faktor, hanya terbentuk 4 faktor, yaitu faktor kepercayaan, informasi dari ulasan pelanggan online, pengalaman orang lain, dan pengalaman pribadi.
- Faktor kepercayaan mempengaruhi generasi milenial dalam memesan kamar hotel secara online sebesar 55,95%. Generasi milenial menganggap bahwa tingkat kepercayaan yang timbul dari ulasan online yang berisikan pengalaman-pengalaman sangat berguna dalam menentukan keputusan memesan kamar hotel secara online. Jika hanya terdapat ulasan yang sedikit maupun tidak ada rekomendasi dari ulasan pelanggan online, maka generasi milenial memiliki keraguan terhadap pemesanan kamar hotel secara online.
- Dengan membaca ulasan pelanggan online yang memiliki informasi yang lengkap, detail dan akurat mengenai hotel, maka generasi milenial memiliki keyakinan dalam memesan kamar hotel melalui pemesanan online yaitu sebesar 57,30% (faktor informasi dari ulasan pelanggan online).
- Faktor pengalaman orang lain, seperti orang asing atau orang Indonesia dalam memberi ulasan pelanggan online dapat mempengaruhi generasi milenial sebelum memesan kamar hotel secara online, yaitu sebesar 48,44%. Selain itu, banyak ulasan yang berisikan pengalaman negatif mengenai hotel dapat memberikan kesan buruk bagi generasi milenial.

- Faktor pengalaman pribadi memiliki pengaruh yang besar yaitu 62,88% dalam keputusan generasi milenial dalam memesan kamar hotel secara online. Sehingga, generasi ini akan yakin terhadap kamar hotel pilihanya dan ingin memesan ulang karena telah memiliki pengalaman mengenai hotel tersebut yang telah ditulis di ulasan pelanggan online dan pertimbangan mengenai aspek-aspek lainnya yang sesuai dengan kebutuhannya dan terdapat di ulasan pelanggan online.

5.2. Saran

- Kekurangan yang dimiliki dalam penelitian ini adalah terdapat 19,54% faktor lain dari pengaruh ulasan pelanggan online terhadap keputusan generasi milenial dalam memesan kamar secara online yang belum diteliti, seperti faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini, mungkin dari faktor harga, fasilitas, atau gaya hidup generasi milenial.
- Bagi pemberi ulasan disarankan menulis ulasan pelanggan online tentang hotel dengan sejujur-jujurnya karena hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan generasi milenial dalam memesan kamar hotel secara online.
- Adanya peningkatan pada keakuratan dan kelengkapan informasi dari hotel secara online untuk mempermudah generasi milenial dalam menentukan keputusan memesan kamar hotel.
- Bagi industri perhotelan disarankan tetap menjaga kualitas produk dan layanannya agar tidak banyak ulasan pelanggan online negatif yang memberikan kesan buruk dan dapat mempengaruhi keputusan generasi milenial dalam memesan kamar hotel.