

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian data, analisis, serta pembahasan didapatkan kesimpulan di bawah ini:

1. *Online Customer Review* berkontribusi dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam memilih untuk mengunjungi The Soemo Hills. Informasi yang diperoleh melalui ulasan online berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, meningkatkan rasa percaya, serta memperkuat keyakinan mereka dalam mengambil keputusan untuk melakukan pemesanan. Ulasan yang tersedia menjadi acuan penting bagi konsumen dalam mengevaluasi pengalaman pengguna sebelumnya sebelum memutuskan untuk menginap.
2. *Social Media Marketing* berkontribusi dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap The Soemo Hills. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi promosi melalui platform media sosial seperti Instagram dan TikTok efektif dalam membangun kesadaran merek serta meningkatkan minat konsumen melalui penyajian konten yang informatif dan persuasif. Konten visual yang menarik dan interaktif di media sosial turut memperkuat daya tarik destinasi, sehingga berkontribusi pada peningkatan intensi pembelian konsumen terhadap produk wisata tersebut.

5.2 Saran

Merujuk pada temuan riset dan analisis yang telah dijalankan sebelumnya, di bawah ini adalah rekomendasi yang hendak disampaikan oleh penulis kepada berbagai pihak terkait:

a. Pihak Manajemen The Soemo Hills

- 1.) Manajemen The Soemo Hills dapat meningkatkan pengelolaan ulasan pelanggan di berbagai platform digital, seperti Google Review, Traveloka, Instagram, dan TikTok. Tanggapan yang cepat, sopan, dan profesional terhadap semua jenis ulasan, baik positif maupun negatif akan membangun kepercayaan dan citra positif perusahaan di mata calon konsumen.
- 2.) Manajemen The Soemo Hills dapat mempermudah pelanggan untuk memberikan ulasan setelah menginap, misalnya dengan menyediakan QR code khusus di area check-out atau mengirim pesan pengingat melalui WhatsApp atau email. Upaya ini dapat meningkatkan jumlah dan kualitas review yang masuk secara natural.
- 3.) Manajemen mampu untuk mengintegrasikan testimoni pelanggan ke dalam konten media sosial sebagai bentuk review nyata dari pengguna. Testimoni asli akan memperkuat kredibilitas dan memperbesar dampak kampanye pemasaran digital.
- 4.) Manajemen dapat mengoptimalkan strategi media sosial dengan memanfaatkan user-generated content (UGC), seperti foto dan video dari pengunjung yang dibagikan ulang oleh akun resmi. Konten

semacam ini cenderung lebih autentik dan dipercaya oleh calon konsumen.

- 5.) Manajemen menjaga konsistensi jadwal unggahan konten serta mengembangkan storytelling yang menarik seputar pengalaman menginap di The Soemo Hills. Platform visual seperti Instagram dan TikTok perlu dimaksimalkan untuk menyampaikan nilai dan keunikan brand secara visual.
- 6.) Meningkatkan interaksi langsung dengan pengikut media sosial, misalnya melalui fitur polling, sesi tanya jawab, live tour virtual, atau giveaway. Aktivitas ini dapat meningkatkan engagement dan membangun kedekatan antara brand dan audiens.

b.) Penelitian Selanjutnya

- 1.) Kajian selanjutnya dapat melaksanakan modifikasi dari studi ini dengan mengintegrasikan konstruk independen tambahan, seperti *brand trust*, E-WOM, atau *influencer marketing*, supaya dapat memperoleh insight yang lebih holistik terkait determinan-determinan yang berkontribusi pada purchase decision konsumen.
- 2.) Kajian selanjutnya melakukan perluasan sampel penelitian, baik dari sisi jumlah maupun wilayah asal responden, agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat diaplikasikan ke populasi yang lebih luas.
- 3.) Kajian selanjutnya dapat melakukan studi komparatif dengan objek wisata atau resort lain di wilayah Jawa Timur, untuk mengetahui apakah

pola pengaruh yang sama juga terjadi pada destinasi wisata serupa, serta sebagai bahan evaluasi strategi pemasaran antar destinasi.

- 4.) Penelitian selanjutnya dapat mengimplementasikan studi dengan approach hybrid (*mixed methods*) yang mengintegrasikan teknik kuantitatif dan kualitatif, supaya memperoleh informasi yang lebih komprehensif mengenai perspektif pelanggan terhadap ulasan dan platform sosial.