

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1. Kesimpulan**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Ulasan Konsumen Online dan Rating terhadap Minat Reservasi dengan Persepsi Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Intervening”. Berdasarkan analisis jalur, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian analisis jalur Substruktur I menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung dan positif secara parsial dan simultan variabel Ulasan Konsumen Online dan Rating (X) terhadap Persepsi Kualitas Pelayanan (Z) dalam melakukan reservasi hotel di situs dan aplikasi Traveloka sebesar 11%.
2. Hasil pengujian analisis jalur Substruktur II menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung dan positif secara parsial variabel Ulasan Konsumen Online dan Rating (X) terhadap Minat Reservasi (Y) dalam melakukan reservasi hotel di situs dan aplikasi Traveloka sebesar 10%.
3. Hasil pengujian analisis jalur Substruktur II menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung dan positif secara parsial variabel Persepsi Kualitas Pelayanan (Z) terhadap Minat Reservasi (Y) dalam melakukan reservasi hotel di situs dan aplikasi Traveloka sebesar 4,28%.
4. Hasil pengujian analisis jalur Substruktur II menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dan positif secara parsial variabel Ulasan Konsumen Online dan Rating (X) melalui variabel Persepsi Kualitas

Pelayanan (Z) terhadap Minat Reservasi (Y) dalam melakukan reservasi hotel di situs dan aplikasi Traveloka sebesar 18,5%.

## 1.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Melihat besarnya pengaruh Ulasan Konsumen Online dan Rating terhadap Minat Reservasi pengguna situs dan aplikasi Traveloka, sebaiknya pihak Traveloka bisa meningkatkan pengaruh Ulasan Konsumen Online dan Rating dengan melakukan pembaruan tampilan Ulasan Konsumen Online dan Rating agar lebih menarik mata pengguna situs dan aplikasi. Selain itu, Ulasan Konsumen Online dapat lebih ditambahkan fitur *like comment*, agar ulasan yang memiliki *like* terbanyak dari pengguna lain dapat ditampilkan di atas. Hal tersebut agar fitur Ulasan Konsumen Online dapat ditonjolkan dalam situs maupun aplikasi Traveloka. Selain itu, dapat meningkatkan kepercayaan pembaca Ulasan Konsumen Online bahwa ulasan dari pengguna lain yang sebelumnya pernah menginap di hotel tersebut, memiliki banyak persetujuan/pro dari pengguna lain yang juga pernah menginap di hotel tersebut.
2. Untuk pihak hotel-hotel yang ada pada situs dan aplikasi Traveloka, akan lebih baik jika memaksimalkan fitur Ulasan Online yang disediakan Traveloka untuk menampilkan fasilitas-fasilitas hotel dan kamar yang disediakan tanpa rekayasa untuk menarik pelanggan, seperti menampilkan foto teraktual dan kualitas foto yang terbaik, menambahkan video kualitas terbaik mengenai sorotan fasilitas hotel yang menarik, dll. Hal tersebut agar

para pengguna situs dan aplikasi Traveloka ketika membaca dan melihat Ulasan Online dapat menimbulkan minat reservasi tanpa perlu takut kecewa atau merasa diluar ekspektasi.

3. Untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang akan menggunakan Minat Reservasi dan objek yang sama, sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.