

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan, hasil analisis serta pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya terkait *fear of covid*, *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap minat reservasi hotel di bali secara online pada masyarakat berwilayah JABODETABEK, serta pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Fear Of Covid tidak berpengaruh terhadap minat reservasi penginapan di Bali secara online. Hasil tersebut membuktikan bahwa fear of covid yang memiliki Rasa cemas yang timbul akibat melihat adanya bahaya yang mengancam dirinya, Cemas karena merasa bersalah dan Kecemasan yang berupa penyakit tidak memicu minat reservasi secara online masyarakat Jabodetabek. Maknanya masyarakat berwilayah Jabodetabek tidak terpengaruh dengan pandemi covid-19 saat ini dikarenakan pemerintah mencabut terkait PPKM namun tetap dengan mematuhi protokol kesehatan.
2. E-Word Of Mouth berpengaruh terhadap minat reservasi penginapan di Bali secara online. Hal tersebut membuktikan bahwa E-Wom yang memiliki komentar positif dari pengguna media sosial, informasi pilihan produk, informasi kualitas produk, informasi mengenai harga yang ditawarkan, informasi mengenai keamanan transaksi situs jejaring internet, dan rekomendasi dari pengguna media sosial mampu mempengaruhi minat reservasi penginapan hotel di Bali secara online. Maknanya masyarakat di wilayah Jabodetabek memiliki komunikasi dengan menggunakan teknologi elektronik seperti forum diskusi online, papan buletin online, newsgroup, blog, situs ulasan dan media sosial yang memudahkan orang yang berkomunikasi untuk saling bertukar informasi terkait hal yang diinginkan sehingga dapat meyakinkan dalam melakukan reservasi secara online.
3. Brand Image berpengaruh terhadap minat reservasi penginapan Hotel di Bali secara online. Hal tersebut membuktikan bahwa brand image memiliki

Pengenalan, Reputasi, Kesamaan, Loyalitas mampu mempengaruhi masyarakat di wilayah Jabodetabek dalam melakukan reservasi secara online hal ini dikarenakan kesan pelanggan yang muncul oleh dasar pengetahuan dan informasi pelanggan tersebut terhadap tempat yang dituju.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Produk atau cara dalam menyampaikan E-wom salah satunya menggunakan ulasan atau review di sebuah website. Ulasan atau review yang berkualitas yang diberikan oleh seorang pelanggan sangat penting maka hal ini harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha terutama pada industri perhotelan.
2. Dalam meningkatkan citra atau brand image sebuah perusahaan khususnya perhotelan pada era digitalisasi salah satunya adalah dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan pada saat calon pelanggan akan melakukan reservasi. Reservasi yang dapat dilakukan langsung antara calon pelanggan dengan pihak hotel tanpa melalui pihak ketiga merupakan contoh cara yang efektif dan tepat untuk diterapkan
3. Agar dapat lebih meyakinkan dalam melakukan reservasi secara online, perusahaan mengadakan promosi yang dilakukan di sosial media dan ads lainnya serta beberapa situs pemesanan online merupakan penginapan yang dikenakan banyak orang dan dapat pula dilihat melalui rating yang tertera pada platfrom tertentu.
4. Kemudian kepada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan atau meneliti variabel lain diluar dari ketiga variable yang dipilih oleh penulis agar mengetahui lebih lanjut terkait faktor-faktor lainnya yang mampu mempengaruhi minat beli atau reservasi secara online. Peneliti juga dapat mengganti subjek penelitian dengan wilayah yang berbeda.