

**PENGARUH ULASAN *ONLINE* PADA KEPERCAYAAN  
KONSUMEN DAN MINAT PEMESANAN HOTEL MELALUI  
SITUS RESERVASI HOTEL *ONLINE***

**TUGAS AKHIR**



**TRISILA HANDAYANI HERMAN**

**1152003007**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

---

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Trisila Handayani Herman

NIM : 1152003007

Tanda Tangan : 

Tanggal : 9 Agustus 2019

**HALAMAN PENGESAHAN**

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Trisila Handayani Herman  
NIM : 1152003007  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer  
Judul Skripsi : Pengaruh Ulasan *Online* Pada Kepercayaan  
Konsumen dan Minat Pemesanan Hotel Melalui Situs  
Reservasi Hotel *Online*.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Wijaya Adidarma, S.T., M.M. (  )

Penguji 1 : Adi Budipriyanto, S.T., M.T., Dr.

Penguji 2 : Tri Susanto, S.E., MM. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Agustus 2019

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Ulasan *Online* Pada Kepercayaan Ulasan dan Minat Pemesanan Hotel Melalui Situs Reservasi Hotel *Online*”

Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan ujian Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie, Jakarta. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendampingi peneliti selama pelaksanaan tugas akhir, diantaranya :

1. Ibu Tasnim Wati dan Bapak Hermansah selaku ibunda dan ayahanda dari penulis yang selalu memberikan bantuan, saran, dan motivasi yang luar biasa baik lahir maupun batin, serta doa yang tiada henti untuk penulis agar senantiasa sehat, selamat dan sukses.
2. Intan Purnama Sari, Winda Dwi Astuti, Nur wahyuni selaku saudara kandung yang selalu memberikan semangat yang tiada henti serta Muhammad Alfathan Narendra selaku ponakan kandung dari penulis yang menjadi sumber penyemangat.
3. Ibu Prof. Ir. Sofia W Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., selaku rektor Universitas Bakrie.
4. Bapak Ir. Esa Haruman Wiraatmadja, M.Sc.Eng., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie.
5. Bapak Ir. Gunawarman Hartono, M.Eng. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bakrie.
6. Bapak Wijaya Adhidarma, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing dan teman yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir.

7. Seluruh Dosen Teknik Industri di Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti selama masa perkuliahan.
8. Adristi Shalma, Arsy Banuolinda, Arfiana Wikru, Astri Mukarohmah, Shela Fitriani, Janet Aprillea Solon, Suriani Hamsah daan Rachel Priskilawati Kadang sebagai teman yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, semangat serta masukkan dalam penulisan penelitian ini.
9. Teman-teman mahasiswa Program Sudi Teknik Industri angkatan 2015 yang selalu memberi motivasi dan dukungan untuk terus menyelesaikan penelitian ini.

Saya menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir. Akhir kata penulis mengharapkan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait dan memperluas pengetahuan pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, 9 Agustus 2019

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trisila Handayani Herman

NIM : 1152003007

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti **Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Ulasan *Online* Pada Kepercayaan Konsumen dan Minat Pemesanan Hotel Melalui Situs Reservasi Hotel *Online*”**

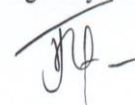
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2019

Yang menyatakan



(Trisila Handayani Herman)

**PENGARUH ULASAN *ONLINE* PADA KEPERCAYAAN  
KONSUMEN DAN MINAT PEMESANAN HOTEL MELALUI  
SITUS RESERVASI HOTEL *ONLINE***

**Trisila Handayani Herman**

---

**ABSTRAK**

Internet telah mempengaruhi perilaku konsumen dalam mencari informasi mengenai hotel. Para konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi tersebut melalui situs reservasi hotel *online* yang banyak tersedia di internet. Ulasan *online* yang dikenal *electronic word of mouth* (e-WOM) merupakan salah satu bentuk informasi yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ulasan *online* pada kepercayaan dan minat pemesanan hotel melalui situs reservasi hotel *online*. Penelitian ini melibatkan 182 responden yang pernah memesan hotel melalui situs reservasi *online*. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi, analisis faktor, dan analisis regresi linier dengan menggunakan piranti lunak SPSS untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan ulasan, kemutakhiran ulasan, dan valensi ulasan positif berpengaruh positif pada kepercayaan terhadap ulasan *online* dan minat pemesanan hotel secara *online*. Volume ulasan hanya berpengaruh pada kepercayaan terhadap ulasan *online*. Sementara itu, keahlian pemberi ulasan dan kedalaman ulasan berpengaruh positif pada minat pemesanan hotel secara *online*. Valensi ulasan negatif tidak berpengaruh pada kepercayaan terhadap ulasan *online* dan pada minat pemesanan hotel secara *online*. Lebih lanjut, studi ini juga menemukan adanya pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap ulasan *online* pada minat pemesanan hotel secara *online*. Penelitian lanjutan diharapkan dapat dilakukan dengan sampel yang lebih besar dan menggunakan teknik analisis yang lebih baik untuk hasil yang lebih akurat.

Kata kunci: e-WOM, Ulasan *Online*, Kepercayaan, Minat Pemesanan Hotel

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Teknik Industri

***THE EFFECTS OF ONLINE REVIEWS ON CONSUMER TRUST  
AND ONLINE HOTEL BOOKING INTENTION THROUGH  
ONLINE HOTEL RESERVATION SITE***

**Trisila Handayani Herman**

---

***ABSTRACT***

*The internet has influenced consumer behavior in finding information about hotels. Consumers can easily access this information through many online hotel reservation sites available on the internet. Online reviews known as electronic word of mouth (e-WOM) are one form of information that is considered by consumers in their decision making. This study aims to determine the effect of online reviews on the trust and interest of hotel bookings through online hotel reservation sites. This study involved 182 respondents who had booked hotels through online reservation sites. This study uses correlation analysis, factor analysis, and linear regression analysis using SPSS software to test hypotheses. The results of this study indicate that the usefulness of reviews, the timeliness of reviews, and the valence of positive reviews have a positive effect on trust in online reviews and interest in online hotel bookings. Volume reviews only affect trust in online reviews. Meanwhile, the reviewer's expertise and comprehensiveness of review had a positive influence on the interest in online hotel bookings. The negative review valence has no effect on trust in online reviews and on interest in online hotel bookings. Furthermore, this study also found a significant influence on the online review of interest in online hotel bookings. Further research is expected to be carried out with larger samples and use better analytical techniques for more accurate results.*

*Keywords : E-wom, Online Reviews, Trust, Online Hotel Booking Intention*

---

<sup>1</sup>*Student of University Bakrie, Industrial Engineer*



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL TUGAS AKHIR</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Ulasan <i>Online</i> .....	12
2.2 Kegunaan Ulasan <i>Online</i> ( <i>Usefulness of online reviews</i> ) .....	12
2.3 Keahlian Pemberi Ulasan <i>Online</i> ( <i>Reviewer Expertise</i> ) .....	13
2.4 Kemutakhiran Ulasan <i>Online</i> ( <i>Timeliness of online reviews</i> ) .....	14
2.5 Volume Ulasan <i>Online</i> ( <i>Volume of Online Reviews</i> ).....	15
2.6 Nilai Ulasan <i>Online</i> ( <i>Valance of Online Reviews</i> ).....	16
2.7 Kedalaman Ulasan <i>Online</i> ( <i>Comprehensiveness of Online Reviews</i> ).....	17
2.8 Kepercayaan ( <i>trust</i> ) .....	18
2.8.1 Pengaruh Kegunaan Ulasan <i>Online</i> pada Kepercayaan. ....	19
2.8.2 Pengaruh Keahlian Pemberi Ulasan <i>Online</i> pada Kepercayaan. ....	20
2.8.3 Pengaruh Kemutakhiran Ulasan <i>Online</i> pada Kepercayaan. ....	20
2.8.4 Pengaruh Volume Ulasan <i>Online</i> pada Kepercayaan. ....	21
2.8.5 Pengaruh Valensi Ulasan <i>Online</i> pada Kepercayaan. ....	22
2.8.6 Pengaruh Kedalaman Ulasan <i>Online</i> pada Tingkat Kepercayaan. ....	23
2.8.7 Minat Pemesanan Hotel Online ( <i>Online Hotel Booking Intention</i> ).....	24
2.8.8 Pengaruh Kegunaan Ulasan <i>Online</i> pada Minat Pemesanan Hotel .....	25
2.8.9 Pengaruh Keahlian Pemberi Ulasan <i>Online</i> pada Minat Pemesanan Hotel.....	25
2.8.10 Pengaruh Kemutakhiran Ulasan <i>Online</i> pada Minat Pemesanan Hotel .....	26
2.8.11 Pengaruh Volume Ulasan <i>Online</i> pada Minat Pemesanan Hotel <i>Online</i> .....	27
2.8.12 Pengaruh Valensi Ulasan <i>Online</i> pada Minat Pemesanan Hotel <i>Online</i> . ....	27
2.8.13 Pengaruh Kedalaman Ulasan <i>Online</i> pada Minat Pemesanan Hotel .....	28
2.8.14 Pengaruh Kepercayaan pada Minat Pemesanan Hotel .....	29
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	30

3.1 Kerangka Pikir dan Hipotesis .....	30
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Objek Penelitian. ....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Sumber Data Penelitian.....	33
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.6 Metode Analisis Data .....	34
3.7 Konstruk Penelitian .....	35
3.8 Sistematika Penelitian .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	37
4.1.1 Profil Responden.....	37
4.2 Analisis Statistik.....	41
4.2.1 Uji Realibilitas.....	41
4.2.2 Uji Validitas .....	43
4.2.3 Uji Validitas Konstruk.....	45
4.3 Analisis Deskriptif.....	46
4.3.1 Kegunaan Ulasan ( <i>Usefulness</i> ).....	46
4.3.2 Keahlian Pemberi Ulasan ( <i>Expertise</i> ).....	47
4.3.3 Analisis Deskriptif Kemutakhiran Ulasan ( <i>Timeliness</i> ).....	47
4.3.4 Analisis Deskriptif Volume Ulasan ( <i>Volume</i> ) .....	48
4.3.5 Analisis Deskriptif <i>Valance</i> (Ulasan Positif).....	49
4.3.6 Analisis Deskriptif <i>Valance</i> (Ulasan Negatif).....	49
4.3.7 Analisis Deskriptif Kelengkapan Ulasan ( <i>Comprehensiveness</i> ) .....	50
4.3.8 Analisis Deskriptif Minat Pemesanan Hotel ( <i>Intention</i> ) .....	51
4.3.9 Analisis Deskriptif Tingkat Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	51
4.4 Analisis Faktor .....	52
4.5 Analisis Regresi Berganda (Multiple Regression).....	53
4.5.1 Analisis Regresi Berganda Ulasan <i>Online</i> pada Kepercayaan.....	54
4.5.2 Analisis Regresi Berganda Ulasan <i>Online</i> Pada Minat Pemesanan .....	58
4.5.3 Analisis Regresi Berganda Kepercayaan Pada Minat Pemesanan .....	61
4.6 Koefisien Determinasi .....	62
4.7 Pembahasan.....	64
4.7.1 Pengaruh Kegunaan Ulasan Pada Kepercayaan.....	64
4.7.2 Pengaruh Keahlian Pemberi Ulasan Pada Kepercayaan .....	64
4.7.3 Pengaruh Kemutakhiran Ulasan Pada Kepercayaan .....	65
4.7.4 Pengaruh Volume Ulasan Pada Kepercayaan .....	65
4.7.5 Pengaruh Valensi Ulasan Pada Kepercayaan.....	66
4.7.6 Pengaruh Kedalaman Ulasan Pada Kepercayaan.....	67
4.7.7 Pengaruh Kegunaan Ulasan pada Minat Pemesanan Hotel.....	67
4.7.8 Pengaruh Keahlian Pemberi Ulasan pada Minat Pemesanan Hotel .....	68
4.7.9 Pengaruh Kemutakhiran Ulasan pada Minat Pemesanan Hotel .....	68
4.7.10 Pengaruh Volume Ulasan <i>Online</i> terhadap Minat Pemesanan Hotel .....	69
4.7.11 Pengaruh Valensi Ulasan pada Minat Pemesanan Hotel .....	69
4.7.12 Pengaruh Kedalaman Ulasan pada Minat Pemesanan Hotel.....	70
4.7.13 Pengaruh Kepercayaan pada Minat Pemesanan Hotel.....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1 SIMPULAN .....	72
5.2 SARAN.....	73
5.3 Saran bagi Penelitian Selanjutnya .....	74

5.4 Keterbatasan Penelitian .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....3  
Gambar 1.2 Daftar Situs *Top Of Mind Online Travel Agent*.....4  
Gambar 1.3 Bentuk Ulasan Konsumen.....6  
Gambar 1.4 Bentuk *Rating* Hotel .....6  
Gambar 3.1 Kerangka Hipotesis.....30  
Gambar 3.2 Sistematika Penelitian.....36  
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....37  
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....42  
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden.....38  
Gambar 4.4 Tingkat Pendidikan Responden.....37  
Gambar 4.5 Karakteristik Domisili Responden.....39

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kamar di Hotel Bintang.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Kamar di Hotel Nonbintang.....	2
Tabel 3.1 Konstruk Penelitian.....	35
Tabel 4.1 Rata-rata Pendapatan dan Frekuensi Menginap Hotel.....	40
Tabel 4.2 Situs Reservasi Hotel <i>Online</i> yang Sering Digunakan.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.5 Nilai Korelasi Antar Variabel.....	45
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Usefulness</i> .....	46
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Expertis</i> .....	47
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel <i>Timeliness</i> .....	48
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel <i>Volume</i> .....	48
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Positif <i>Valance</i> .....	49
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Negatif <i>Valance</i> .....	50
Tabel 4.12 Deskriptif Variabel <i>Comprehensiveness</i> .....	50
Tabel 4.13 Deskriptif Variabel <i>Intention</i> .....	51
Tabel 4.14 Deskriptif Variabel <i>Trust</i> .....	51
Tabel 4.15 Analisis Faktor.....	53
Tabel 4.16 Multiple Regresi Ulasan <i>Online</i> Pada Kepercayaan.....	54
Tabel 4.17 Multiple Regresi Ulasan <i>Online</i> Pada Minat Pemesanan.....	58
Tabel 4.18 Multiple Regresi Kepercayaan Pada Minat Pemesanan.....	61
Tabel 4.19 Koefisien Ulasan <i>Online</i> Pada Kepercayaan Ulasan.....	62
Tabel 4.20 Koefisien Ulasan <i>Online</i> Pada Pemesanan Hotel.....	63
Tabel 4.21 Koefisien Kepercayaan Pada Minat Pemesanan.....	63

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Hasil Reabilitas dan Validitas Outputs SPSS (182 Responden).....	92
Lampiran 3 Analisis Faktor.....	99
Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
Lampiran 5 Profile Responden.....	106