

**Analisa Faktor Diskon, *Electronic Word of Mouth*, dan Kemudahan
Pengguna Terhadap Keputusan Pemesanan Hotel Pada Aplikasi Agoda
(Studi Kasus Pengguna Agoda di DKI Jakarta)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



RATU MAHARANI FALISAH

1171001024


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber baik yang dikutipmaupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ratu Maharani Falisah

NIM : 1171001024

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Februari 2024



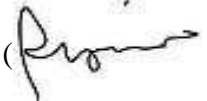
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ratu Maharani Falisah
NIM 1171001024
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisa Faktor Diskon, *Electronic Word of Mouth*, dan
Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pemesanan
Hotel Pada Aplikasi Agoda (Studi Kasus Pengguna
Agoda di DKI Jakarta)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Suwandi, SE. MSi ()
Penguji 1 : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M., ()
Penguji 2 : Ir. Aurino Rilman A. Djamaris, MM ()
Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 12 Februari 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas ke hadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat dan karunia penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisa Faktor Diskon, *Electronic Word of Mouth*, dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pemesanan Hotel Pada Aplikasi Agoda (Studi Kasus Pengguna Agoda di DKI Jakarta)”. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa cukup sulit tanpa bantuan serta bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, Alm Mama dan Alm Papa, serta keluarga besar penulis yang telah mendukung dan memberikan dukungan baik materi maupun moral, serta mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak M. Taufik Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
3. Bapak Dr. Suwandi, SE. MSi selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, serta bimbingan yang sangat berguna untuk penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M dan Bapak Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris, M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Segenap jajaran dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan bekal serta ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Daning Ayu, Ria Amalia, Isnaini Octavia, Wulan Dwi, Savira Alfi, dan Bagas Ramadika yang telah membantu penulis untuk saling bertukar pikiran, memberikan saran-saran, dan memberikan dukungan serta motivasi agar penulis segera menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan dukungan serta motivasi agar penulis segera menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang telah mengisi kuesioner untuk membantu penulis dalam penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penulis selanjutnya. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Jakarta, 12 Februari 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ratu', with a horizontal line underneath.

Ratu Maharani Falisah

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ratu Maharani Falisah
NIM : 1171001024
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : 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 :

Analisa Faktor Diskon, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pemesanan Hotel Pada Aplikasi Agoda (Studi Kasus Pengguna Agoda Di Dki Jakarta)

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 : 12 Februari 2024

Yang menyatakan



(Ratu Maharani Falisah)

Analisa Faktor Diskon, *Electronic Word of Mouth*, dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pemesanan Hotel Pada Aplikasi Agoda (Studi Kasus Pengguna Agoda di DKI Jakarta)

Ratu Maharani Falisah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang pengaruh faktor diskon, *electronic word of mouth*, dan kemudahan pengguna terhadap keputusan pemesanan hotel pada aplikasi Agoda. Sampel dalam penelitian ini adalah 108 responden. Teknik yang digunakan yaitu teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel berdasarkan dari populasi yang dilaksanakan secara acak tanpa memperdulikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya. Teknik uji yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian regresi logistik multinomial. dengan menggunakan SPSS 23. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa faktor diskon, *electronic word of mouth*, dan kemudahan pengguna berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pemesanan hotel pada aplikasi Agoda.

Kata Kunci : Diskon, *Electronic Word Of Mouth*, Kemudahan Pengguna, Keputusan Pemesanan, Regresi Logistik Multinomial

Analysis of Discount Factors, Electronic Word of Mouth, and User Convenience on Hotel Booking Decisions in the Agoda Application (Case Study of Agoda Users in DKI Jakarta)

Ratu Maharani Falisah

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of discount factors, Electronic Word of Mouth, and user convenience on hotel booking decisions on the Agoda application. The sample in this study was 108 respondents. The technique used is a simple random sampling technique, namely sampling based on a population that is carried out randomly without taking into account the strata in the population. The data in this study used a questionnaire in data collection. The test technique used in this research is the multinominal logistic regression research method. using SPSS 23. The results of this study show that discount factors, electronic word of mouth, and user friendliness have no significant effect on hotel booking decisions on the Agoda application.

Keyword : Discounts, Electronic Word Of Mouth, Ease of Use, Order Decision, Multinominal Logistic Regression

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian... ..	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	6
2.1 Diskon (<i>Discount</i>).....	6
2.1.1 Pengertian Diskon.....	6
2.1.2 Strategi Pemberian Diskon.....	6
2.1.3 Jenis – Jenis Diskon	7
2.1.4 Tujuan Penetapan Harga Diskon.....	8
2.2 <i>Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)</i>	9
2.2.1 Pengertian <i>Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)</i>	9
2.2.2 Dimensi <i>Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)</i>	10
2.3 Kemudahan Pengguna	11
2.4 Keputusan Pembelian	12
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan	13
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.5 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Pemikiran	19
2.7 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21

3.2 Populasi dan Sample	21
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sample	21
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.3.1 Sumber Data	22
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4 Variabel Penelitian dan Operasional Variable	24
3.4.1 Variabel Penelitian	24
3.4.2 Operasional Variable	24
3.5 Analisis Regresi Logistik Multinomial	25
3.5.1 Uji Overall	25
3.5.2 Uji Signifikansi Model	26
3.5.3 Koefisien Determinasi	26
3.5.4 Uji Parsial	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	27
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	28
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	29
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan	29
4.2 Hasil Analisis Regresi Logistik Multinomial	30
4.2.1 Uji Overall	30
4.2.2 Uji Signifikansi Model	30
4.2.3 Koefisien Determinasi	31
4.2.4 Uji Parsial	31
4.2.5 <i>Classification Table</i>	32
4.2.6 Interpretasi Model Akhir	33
4.3 Pembahasan	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	41
Daftar Pustaka	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Agoda	1
Gambar 1. 2 Urutan Aplikasi di Google Play dan App Store	3
Gambar 4. 1 Diskon di Aplikasi Agoda	38
Gambar 4. 2 Review Customer pada Aplikasi Agoda	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variable	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	27
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	28
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	29
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan	29
Tabel 4. 6 Uji <i>Overall</i>	30
Tabel 4. 7 Uji Signifikansi Model	30
Tabel 4. 8 Koefisien Determinasi	31
Tabel 4. 9 Uji Parsial	31
Tabel 4. 10 <i>Classification</i>	32