

ABSTRAK

Muhammad Alfin Hendriawan, 2022. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kamar di The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengamatan peneliti terhadap *Electronic Word Of Mouth* di media *online* dan Keputusan Pembelian Kamar di The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi. Peneliti menemukan kecenderungan tamu memperoleh informasi tentang The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi dari ulasan-ulasan tamu yang berada pada situs *web* dan *online travel agent* sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian kamar di The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kamar di The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi. Urgensi penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kamar, apabila terdapat ulasan-ulasan yang tidak sesuai dengan harapan tamu, maka tamu akan terpengaruh untuk membatalkan pembelian atau pesanan kamar yang mengakibatkan penurunan jumlah penjualan kamar.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner kepada 97 tamu individual yang menginap di The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi yang sebelumnya sudah di uji validitas dan reabilitas dari kuisisioner tersebut, teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25.00. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut : (1) *Electronic Word Of Mouth* berada pada kategori baik (71,13%), (2) Keputusan Pembelian Kamar berada pada kategori baik (52,57%) (3) Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kamar di The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi 21,2% sedangkan 78,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian, The Balcone Hotel & Resort Bukittinggi