

PENGARUH *ONLINE PROMOTION* MELALUI *ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA* TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI FAHIRA HOTEL BUKITTINGGI

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi
Jurusan Pariwisata Sebagai Salah Satu
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sains Terapan (S.ST)*



Oleh:

**Arsyad Chudri
15135105/2015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Arsyad Chudri
NIM/TM : 15135105/2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul ,

“Pengaruh Online Promotion Melalui Online Travel Agent Traveloka Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Fahira Hotel Bukittinggi” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata

Trisna Putra, S.Si,M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,

Arsyad Chudri
NIM. 15135105

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah di pertahankan di Depan Tim Pengaji Skripsi Program Studi
D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh *Online Promotion Melalui Online Travel Agent*
Traveloka Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Fahira
Hotel Bukittinggi

Nama : Arsyad Chudri
NIM/BP : 15135105/2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 23 November 2022

Tim Pengaji

Nama

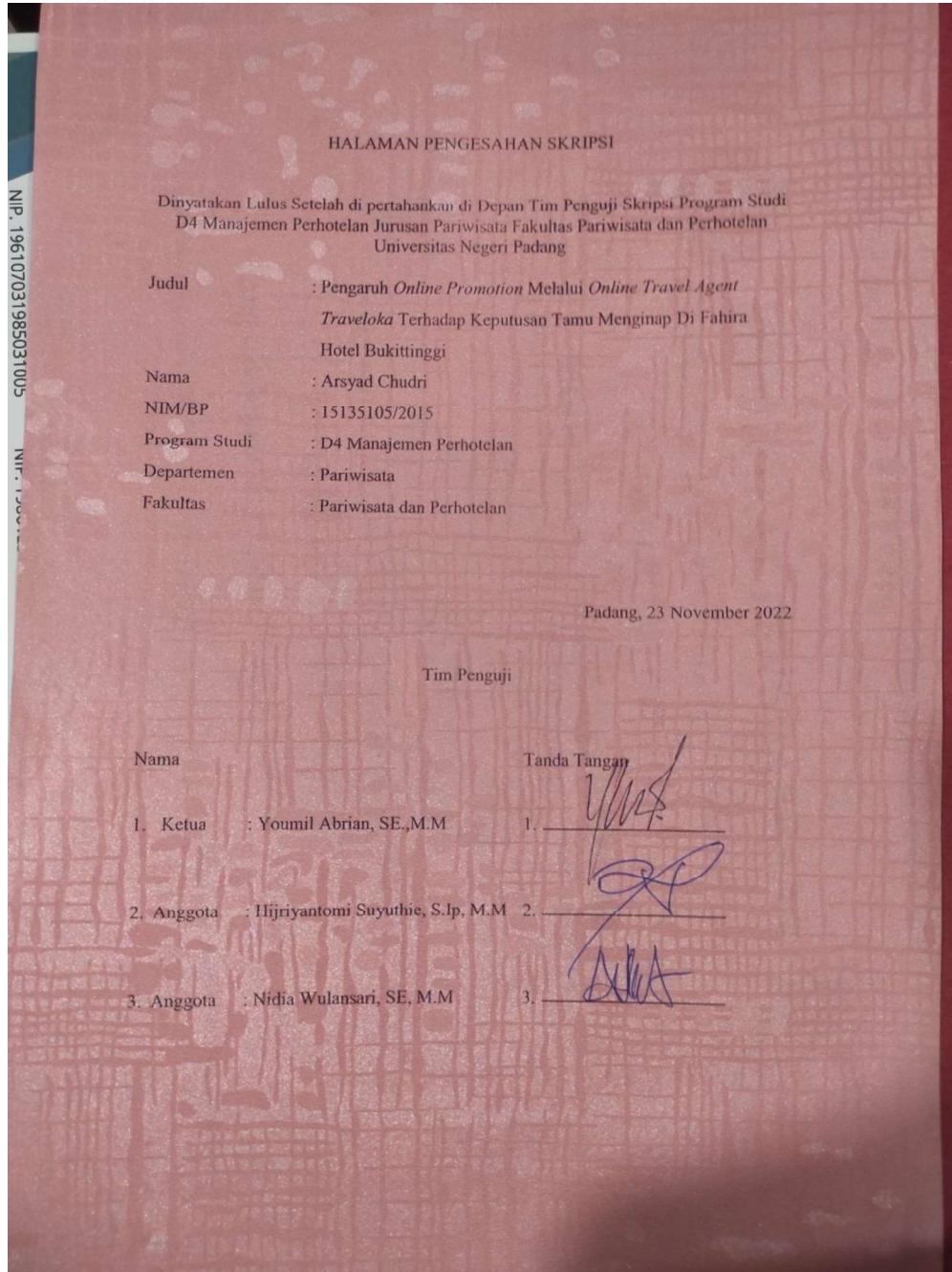
Tanda Tangan

1. Ketua : Youmil Abrian, SE.,M.M

1. _____

2. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip, M.M 2. _____

3. Anggota : Nidia Wulansari, SE, M.M 3. _____



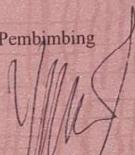
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE PROMOTION* MELALUI *ONLINE TRAVEL AGENT*
TRAVELOKA TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI FAHIRA HOTEL
BUKITTINGGI

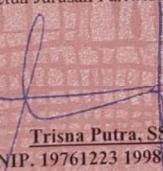
Nama : Arsyad Chudri
NIM/BP : 15135105/2015
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 23 November 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Youmil Abrian, SE.,M.M
NIP. 19821002 200812 1002

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP


Trisna Putra, S.S.M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

ABSTRAK

Arsyad Chudri¹, Youmil Abrian² 2022 “Pengaruh *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Fahira Hotel Bukittinggi”

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keputusan tamu menginap tentang *online promotion* di Fahira Hotel Bukittinggi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pengunjung lalu diolah menggunakan SPSS. Penelitian ini termasuk kepenelitian Deskriptif Kuantitatif dengan metode yang dipakai assosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke fahira hotel Bukittinggi dengan sampel sebanyak 85 orang dengan memakai teknik *Propositive Sampling* dengan Data yang digunakan pada penelitian ini data primer dan data sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan diolah menggunakan SPSS dinyatakan kualitas pelayanan berada pada kategori baik sebesar 55,2 %, Kepuasan Pengunjung berada pada kategori baik 42 % dengan koefisien regresi sebesar koefisien regresi sebesar 0,293 pada taraf signifikan $0,02 \leq 0,05$ artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan *online promotion* akan meningkatkan 0,93 satuan Keputusan menginap. Dan nilai R square 0,239 artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 23,9 % sedangkan sisanya 77,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Online Promotion*, Keputusan Tamu

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
A. Kajian Teori.....	14
B. Kerangka Konseptual	29
C. Hipotesis	30
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Variabel Penelitian.....	32
D. Definisi Operasional Variabel	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian	34
F. Jenis Data & Teknik Pengumpulan Data	38
G. Instrumen Penelitian.....	39
H. Uji Coba Instrument.....	42
I. Teknik Analisis Data.....	46
J. Uji Persyaratan Analisis	47
K. Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Fahira Hotel Bukittinggi	51
B. Hasil Penelitian	52
C. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	92

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Alhamdulillahirrabbila'lamin, Segala puji hanya bagi Allah SWT, karena atas berkatrahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Online Promotion Melalui Online Travel Agent Traveloka Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Fahira Hotel Bukittinggi**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat melakukan penelitian skripsi Prodi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Hambatan-hambatan baik dalam penulisan maupun penyusunan skripsi ini banyak peneliti temui, tetapi berkat bantuan bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, melalui skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Ernawati, M.Pd.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Youmil Abrian, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan kritik dan saran terhadap penulisan skripsi ini serta telah

4. memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis agar menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Kasmita, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Seluruh Rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2015 yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
8. Orangtua serta keluarga besar tercinta atas do'a dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis mampu sampai di tahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi pembaca khususnya.

Padang, 2022
Penulis

Arsyad Chudri
15135105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Keluhan Tamu <i>Online Travel Agent Traveloka</i>	6
Gambar 2. Keluhan Tamu <i>Online Travel Agent Traveloka</i>	7
Gambar 3. Keluhan Tamu <i>Online Travel Agent Traveloka</i>	7
Gambar 4. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
Gambar 5. Kerangka Konseptual	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Hotel Berbintang di Bukittinggi.....	3
Tabel 2. <i>Room Occupancy</i> Fahira Hotel Bukittinggi.....	5
Tabel 3. Jumlah Kamar yang Terjual Melalui <i>Online Travel Agent Traveloka</i>	8
Tabel 4. Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 5. Jumlah Kamar yang Terjual Melalui <i>Online Travel Agent Traveloka</i>	34
Tabel 6. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	39
Tabel 7. Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	40
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel X	43
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel Y	44
Tabel 10. Interpretasi Nilai r (<i>Alpha Cronbach</i>)	45
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Angket Penelitian Variabel X	45
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Angket Penelitian Variabel Y	46
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap.....	54
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Online Travel Agent Traveloka</i>	55
Tabel 19. Analisis Deskripsi Variabel X dan Y	56
Tabel 20. Data Statistik <i>Online Promotion</i>	57
Tabel 21. Deskripsi Variabel <i>Online Promotion</i>	58
Tabel 22. Data Statistik Indikator Informasi	58
Tabel 23. Deskripsi Data Indikator Informasi.....	59

Tabel 24. Data Statistik Indikator Keberadaan Pelayanan	60
Tabel 25. Deskripsi Data Indikator Keberadaan Pelayanan.....	61
Tabel 26. Data Statistik Indikator Ketanggapan Pelayanan	61
Tabel 27. Deskripsi Data Indikator Ketanggapan Pelayanan.....	62
Tabel 28. Data Statistik Indikator Proses Transaksi Pembelian.....	63
Tabel 29. Deskripsi Data Indikator Proses Transaksi Pembelian	64
Tabel 30. Data Statistik Indikator Kegunaan	64
Tabel 31. Deskripsi Data Indikator Kegunaan	65
Tabel 32. Data Statistik Variabel Keputusan Tamu Menginap	66
Tabel 33. Deskripsi Keputusan Tamu Menginap	67
Tabel 34. Data Statistik Indikator Pengenalan Kebutuhan	68
Tabel 35. Deskripsi Data Indikator Pengenalan Kebutuhan	68
Tabel 36. Data Statistik Indikator Pemberian Informasi.....	69
Tabel 37. Deskripsi Data Indikator Pemberian Informasi	70
Tabel 38. Data Statistik Indikator Evaluasi Alternatif	71
Tabel 39. Deskripsi Data Indikator Evaluasi Alternatif	71
Tabel 40. Data Statistik Indikator Keputusan Pembelian	72
Tabel 41. Deskripsi Data Indikator Keputusan Pembelian	73
Tabel 42. Data Statistik Indikator Perilaku Pasca Pembelian	73
Tabel 43. Deskripsi Data Indikator Perilaku Pasca Pembelian	74
Tabel 44. Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 45. Hasil Uji Homogenitas	76
Tabel 46. Hasil Uji Linearitas	77
Tabel 47. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	78
Tabel 48. Koefisiensi Determinan Variabel X Terhadap Variabel Y	78

Tabel 49. Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y 79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang ada di Indonesia. Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan devisa negara, serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2018, jumlah devisa sektor pariwisata pada tahun 2018 adalah 16, 426 US\$, mengalami peningkatan dibandingkan pada tahun 2017 yang berjumlah 13,139 US\$. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Pasal 4, “Pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuuh jati diri dan kesatuan bangsa serta mempererat persahabatan antar bangsa”. Parkembangan pariwisata merupakan hal penting sebagai sumber pendapatan bagi pemerintah dan masyarakat. Pengembangan pariwisata dapat membuka peluang usaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan dapat menunjang pembangunan nasional. Sumatera Barat merupakan salah satu daerah yang menjadi perhatian bagi para wisatawan yang datang ke Indonesia. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat tahun 2019, jumlah

wisatawan mancanegara yang datang ke Sumatera Barat pada bulan Februari mencapai 5.155 orang, mengalami peningkatan dibandingkan wisata mancanegara bulan Januari yang tercatat sebanyak 4.052 orang. Semakin meningkatnya kunjungan wisatawan di Sumatera Barat, membuat para pelaku usaha bersaing dalam meningkatkan sarana dan prasarana untuk mendukung perkembangan kegiatan pariwisata.

Salah satu sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan pariwisata adalah usaha akomodasi. Akomodasi menjadi salah satu komponen usaha sarana pariwisata yang menyediakan pelayanan jasa penginapan yang dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009, “Usaha penyedia akomodasi adalah usaha yang menyediakan sarana dan prasarana yang cukup baik untuk menunjang kelancaran kegiatan di bidang Kepariwisataan dan bisnis Perhotelan”. Salah satu penyedia akomodasi untuk menunjang kegiatan pariwisata adalah bidang perhotelan. Bisnis perhotelan merupakan bisnis jasa komersil yang menjanjikan bagi pemilik dan manajemen karena bisnis perhotelan mampu memberikan keuntungan yang relatif besar.

Menurut Widanaputra (2009:16), “Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada untuk menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa lainnya dimana fasilitas dan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum

yang ingin menginap”.

Salah satu daerah di provinsi Sumatera Barat yang saat ini pertumbuhan industri perhotelan yang sedang berkembang adalah Kota Bukittinggi. Selain itu, Kota Bukittinggi juga merupakan destinasi unggulan di Provinsi Sumatera Barat karena memiliki banyak daya tarik wisata dan juga didukung oleh usaha akomodasi khususnya hotel. Berikut ini adalah data hotel berbintang yang ada di Kota Bukittinggi :

Tabel 1. Daftar Hotel Berbintang di Bukittinggi Tahun 2022

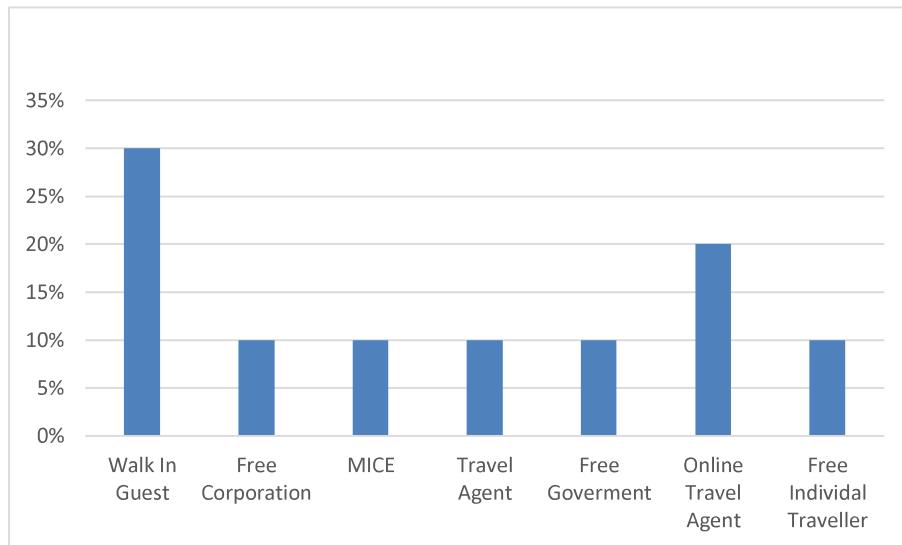
No	Nama Hotel	Klasifikasi	Alamat
1.	Grand Royal Denai Hotel	Bintang 4	Jl.Dr.A Rivai No 26 (Telp) 0752-32920
2.	Grand Rocky Hotel	Bintang 4	Jl. Yos Sudarso No.29, Kayu Kubu, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi (Telp) (0752) 627000
3.	Novotel	Bintang 4	Jl. Laras Dt.Bandaro (Telp) 0752-35000
4.	Campago Resort Hotel	Bintang 3	Jl.Cempaka 1 (Telp) 0752-35151
5.	Hotel Pusako	Bintang 3	Jl.Soekarno Hatta No 7 (Telp) 0752-32111
6.	Hotel Fahira	Bintang 2	Jl. H. Agus Salim Kayu Kubu(Telp) 0812-22265441

Sumber : Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Bukittinggi 2022

Berdasarkan tabel 1 di atas, salah satu hotel berbintang dua (**) yang ada di Kota Bukittinggi adalah Fahira Hotel. Hotel Fahira terletak di Jl. H. Agus Salim Kayu Guguk Panjang, Bukittinggi, Sumatera Barat. Lokasi hotel tersebut sangat strategis dan dekat dengan berbagai objek wisata yang

ada di Kota Bukittinggi, seperti Benteng *For De Kock* dapat ditempuh dalam waktu 5 menit dengan berjalan kaki, Jam Gadang yang dapat ditempuh dalam waktu 10 menit, dan Ngarai Sianok yang juga dapat ditempuh dalam waktu 10 menit dengan berjalan kaki. Fahira Hotel memiliki 16 kamar yang terdiri dari lima tipe kamar, yaitu : *Deluxe room* sebanyak 4 kamar, *Grand Deluxe Room* sebanyak 3 kamar, *Junior Suite Room* sebanyak 1 kamar, *Fahira Suite Room* sebanyak 2 kamar dan *Superior Room* Sebanyak 6 kamar. Hotel ini juga memiliki fasilitas lain yaitu *Restaurant*, *meeting room*, musholla dan berbagai fasilitas lainnya yang tersedia. Dikarenakan letak hotel yang strategis dan didukung oleh fasilitas yang dapat menarik minat tamu sehingga Fahira Hotel Bukittinggi merupakan salah satu hotel yang memiliki tingkat *occupancy* yang cukup tinggi. Berikut merupakan tingkat *occupancy* Fahira Hotel Bukittinggi pada tahun 2022.

Tabel 2. Room Occupancy Fahira Hotel Bukittinggi



Sumber : Front Office Fahira Hotel Bukittinggi 2022

Berdasarkan tabel 2 di atas terlihat bahwa jumlah tamu *Walk In Guest*/tamu yang datang langsung ke hotel untuk menginap adalah sebanyak 30%, *Free Corporation*/tamu dari perusahaan sebanyak 10%, *MICE* sebanyak 10%, tamu *Travel Agent* sebanyak 10%, tamu *Free Government*/tamu dari pemerintah sebanyak 10%, tamu *Online Travel Agent* 20%, dan tamu *Free Individual Traveller*/tamu individual sebanyak 10%. Dapat disimpulkan bahwa tamu yang paling banyak menginap di Fahira Hotel Bukittinggi adalah tamu *Walk In Guest*/tamu yang datang langsung ke hotel.

Menurut Keller dan Kottler (2016:194), “Keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”. Adapun indikator keputusan menginap menurut Kottler (2016:195), “Proses pembelian tersebut melalui

lima tahapan yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian”.

Ditinjau dari indikator pengenalan masalah, penulis menemukan masalah mengenai fasilitas yang tidak lengkap. Hal ini dapat dilihat dari *online review* berikut ini :



Gambar 1. Keluhan Tamu *Online Travel Agent*

Sumber: Traveloka (2022)

Selanjutnya, berdasarkan pra penelitian yang penulis lakukan melalui wawancara dengan staff *Front Office* yaitu Bapak Radian, penulis menemukan masalah mengenai keputusan tamu menginap ditinjau dari indikator pencarian informasi. Bapak Radian mengatakan bahwa banyak tamu yang datang langsung ke hotel untuk meminta *showing* kamar sebelum mereka memutuskan untuk menginap. Penyebab tamu melakukan *showing* kamar tersebut adalah karena kurangnya kepercayaan dari tamu mengenai gambaran hotel yang ditampilkan melalui *online* atau faktor lain seperti tamu ingin memastikan bahwa harga kamar sesuai dengan Pelayanan yang disediakan.

Berdasarkan indikator keputusan pembelian, penulis menemukan masalah mengenai kamar yang tidak dibersihkan saat tamu menginap dapat dilihat dari online review berikut ini :

 8,7 / 10

8 Jul 2022

Transit

Lokasi strategis, dekat dengan Jam Gadang. Kami menginap dua malam, tapi pada hari ke-2 kamar tidak dibersihkan.

 Suka review ini?


Gambar 2. Keluhan Tamu *Online Travel Agent*

Sumber : Traveloka (2022)

Selanjutnya, ditinjau dari indikator perilaku pasca pembelian. Hal ini dapat dilihat melalui *online review* di bawah ini :

 6,5 / 10

24 Jun 2021

Bisnis

Hotel nya lumayan bagus, bangunan baru. Lokasi strategis dan view dari rooftop keren. Cuma pas saya masuk kemaren itu kamar mandi nya bau dan lantai kamar mandi nya kuning-kuning. Serta wifi nya gak bisa akses internet. Air kencang gak ada masalah. Semoga kedepannya lebih baik lagi.

 8 menyukai review ini


Gambar 3. Keluhan Tamu *Online Travel Agent*

Sumber : Traveloka (2022)

Berdasarkan *online review* tamu di atas, dapat dilihat adanya kekecewaan tamu mengenai kamar mandi yang bau dan lantai kamar mandi tidak bersih. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menginap adalah *online promotion*. *Online Promotion* menurut Achmad, Zainul, & Kadarismasn (2015:4), adalah “Proses kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan produk barang atau jasa yang dikenalkan melalui media *online* (internet), sehingga tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dan penjual”. Salah satu promosi *online* yang digunakan oleh

Fahira Hotel Bukittinggi adalah melalui *online travel agent*. Dengan menggunakan *online travel agent* ini, maka tamu bisa dengan mudah untuk mengetahui harga, promosi yang sedang diadakan oleh hotel, jumlah kamar, fasilitas, serta tamu dapat melihat rating dan juga komentar (*review*) dari tamu yang lain yang sudah pernah menginap di hotel tersebut.

Berdasarkan pra penelitian melalui wawancara dengan *E-Commerce* yaitu Ibu Diani di Fahira Hotel Bukittinggi. Beliau mengatakan promosi yang biasa dilakukan oleh hotel Fahira hanya melalui *Online Travel Agent* (OTA) *Traveloka*. Berikut merupakan jumlah kamar yang terjual menggunakan jasa OTA *Traveloka* pada tahun 2022.

Tabel 3. Jumlah Kamar Yang Terjual Melalui *Online Travel Agent* *Traveloka* di Fahira Hotel Bukittinggi Periode Januari - Juni 2022

ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA

Traveloka		
No	Month	
1.	Jan	65
2.	Feb	25
3.	Maret	33
4.	April	21
5.	Mei	45
6.	Juni	75
Total		264

Sumber: E-Commerce Fahira Hotel Bukittinggi 2022

Berdasarkan tabel 3 di atas terlihat bahwa jasa *online travel agent* *traveloka* yang tersedia untuk menginap di Fahira Hotel yaitu *Traveloka*. Sedangkan untuk jenis *online travel agent* *traveloka* lainnya yang dipakai oleh Fahira Hotel masih belum ada. Kondisi jumlah tamu yang tidak stabil ini diduga karena adanya promosi *online* yang dijalankan tidak dilakukan dengan

optimal seperti kurangnya informasi mengenai Fahira Hotel Bukittinggi yang didapatkan tamu dalam melakukan pemesanan melalui *online travel agent traveloka*. Ibu Diani mengatakan, “Jika menggunakan jasa *online travel agent traveloka*, setiap bulan hotel harus mengajukan campaign, jika tidak mengikuti campaign ini maka hotel tidak bisa di share untuk di promosikan. Namun, jika hotel mengikuti campaign ini, pihak travel agent biasanya meminta tambahan diskon, sehingga harga yang diterima hotel lebih murah”.

Berdasarkan review dari salah satu *online travel agent traveloka*, penulis menemukan masalah mengenai kurangnya Pelayanan dan Fasilitas serta informasi yang ditampilkan hotel melalui *online travel agent Traveloka*. Selanjutnya, penulis menemukan masalah mengenai promosi online yang dilakukan tidak efektif, dimana promosi yang ditawarkan oleh hotel tidak memenuhi kebutuhan tamu. Selanjutnya, berdasarkan salah satu review pengunjung melalui *online travel agent Traveloka*, penulis menemukan masalah mengenai fasilitas yang diberikan kepada tamu tidak sesuai dengan kebutuhan tamu serta kurangnya kepercayaan tamu dalam pemesanan kamar melalui online.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini perlu dilakukan agar adanya perbaikan mengenai *online promotion* sehingga tingkat *occupancy* hotel melalui *online travel agent Traveloka* dapat stabil, dan juga dapat menambah kepercayaan tamu mengenai gambaran hotel melalui *online* sehingga tamu bisa mengambil keputusannya untuk menginap di Fahira Hotel Bukittinggi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian

dengan judul **Pengaruh *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Fahira Hotel Bukittinggi.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya keluhan tamu mengenai kamar yang tidak dibersihkan serta fasilitas lain seperti internet dan kamar mandi yang bau sehingga tamu berkomentar kurang baik pada review aplikasi traveloka
2. Kurangnya kepercayaan tamu mengenai gambaran hotel yang ditampilkan melalui *online*, sehingga tamu meminta *showing* kamar sebelum memutuskan untuk menginap
3. Masalah mengenai keputusan pembelian, dimana prosedur check in yang mengharuskan tamu untuk membayar deposit meskipun tamu sudah membayar lunas pada saat check in.
4. Masalah mengenai perilaku pasca pembelian, adanya kekecewaan tamu mengenai pelayanan hotel yang kurang baik dan fasilitas kamar yang juga kurang baik.
5. Penjualan kamar melalui *online travel agent Traveloka* tidak stabil
6. Kurang update nya informasi yang ditampilkan hotel melalui *online travel agent Traveloka*
7. Promosi online yang dilakukan tidak efektif, dimana promosi yang ditawarkan oleh hotel tidak memenuhi kebutuhan tamu.

8. Pelayanan dan Fasilitas yang diberikan kepada tamu tidak sesuai dengan kebutuhan tamu serta kurangnya kepercayaan tamu dalam pemesanan kamar melalui online.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pada penelitian ini penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. *Online Promotion* di Fahira Hotel Bukittinggi
2. Keputusan Tamu Menginap di Fahira Hotel Bukittinggi
3. Pengaruh *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* terhadap Keputusan Tamu Menginap di Fahira Hotel Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* di Fahira Hotel Bukittinggi ?
2. Bagaimana Keputusan Tamu Menginap di Fahira Hotel Bukittinggi ?
3. Bagaimana Pengaruh *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* terhadap Keputusan Tamu Menginap di Fahira Hotel Bukittinggi ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh *online promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* (X) terhadap keputusan tamu menginap (Y) di Fahira Hotel Bukittinggi.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mendeskripsikan *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* di Fahira Hotel Bukittinggi
- b. Untuk mendeskripsikan keputusan tamu menginap di Fahira Hotel Bukittinggi
- c. Untuk menganalisis pengaruh *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* terhadap Keputusan Tamu Menginap di Fahira Hotel Bukittinggi

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran dan pertimbangan bagi pihak Hotel untuk mengevaluasi tentang *Online Promotion* Melalui *Online Travel Agent Traveloka* terhadap Keputusan Tamu menginap sehingga dapat meningkatkan jumlah tamu di Fahira Hotel Bukittinggi.

2. Bagi Jurusan Pariwisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam oleh

Mahasiswa Universitas Negeri Padang terutama jurusan Pariwisata pada masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti

Agar dapat menerapkan ilmu yang di dapat di bangku perkuliahan ke dunia kerja dan juga sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan.

4. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait lainnya yang membutuhkan.