

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KAMAR
PADA *PLATFORM E-COMMERCE*
DI GRAND BASKO HOTEL PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Sains Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**APRIES MARTA SAHVIRA
19135006/2019**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KAMAR PADA *PLATFORM*
E-COMMERCE DI GRAND BASKO HOTEL PADANG

Nama : Apries Marta Sahvira
NIM/BP : 19135006/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

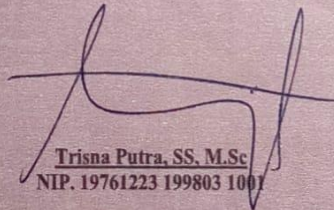
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D. CHE
NIP. 199202262020121012

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang


Judul : Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap
Keputusan Pembelian Jasa Kamar Pada *Platform*
E-Commerce di Grand Basko Hotel Padang
Nama : Apries Marta Sahvira
NIM/BP : 19135006/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

Nama

Tanda Tangan


1. Ketua : Feri Ferdian, S.ST.,M.M.,Ph.D.CHE

1. 

2. Anggota : Arif Adrian, S.E,M.SM

2. 

3. Anggota : Yuke Permata Lisna, SST,M. Par.

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

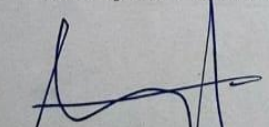
Nama : Apries Marta Sahvira
NIM/TM : 19135006 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Pada *Platform E-Commerce* di Grand Basko Hotel Padang” 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 Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 19803 1001

Saya yang menyatakan,


Apries Marta Sahvira
NIM. 19135006

ABSTRAK

Apries Marta Sahvira 2023, Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Pada *Platform E-Commerce* Di Grand Basko Hotel Padang. Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan pembelian jasa kamar terkait pemakaian teknologi *e-commerce*. Penelitian ini didasarkan pada teori TAM karena teori ini adalah salah satu model yang paling berhasil dalam menguji penerimaan teknologi dan perilaku pelanggan terkait teknologi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 217 responden. Metode pengambilan sampel adalah teknik non *probability sampling* dan jenis yang digunakan adalah *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Technology Acceptance Model* dan Keputusan Pembelian Jasa Kamar di Grand Basko Hotel Padang serta pengaruh antara kedua variabel tersebut dapat dipaparkan pembahasannya. Variabel independen (*Technology Acceptance Model*) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian Jasa Kamar).

Kata kunci: TAM, Keputusan Pembelian Jasa Kamar, Platform E-Commerce.

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Pada *Platform e-commerce* di Grand Basko Hotel Padang**”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan dan semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kemampuan berfikir kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
2. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc selaku Ketua Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis.

5. Bapak Feri Ferdian,S.ST.,M.M.,Ph.D.,CHE selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberi arahan, ,kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini serta memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Arif Adrian,SE,M.SM Selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan arahan, kritikan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu Yuke Permata Lisna,SST,M.Par Selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan arahan, kritikan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen, tenaga administrasi, dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
9. *Owner* dan seluruh karyawan di Grand Basko Hotel Padang yang telah membantu dan memberikan data yang dibutuhkan dalam menyusun skripsi ini.
10. Terkhusus kepada Alm. ayah, orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materi selama penulisan skripsi ini. Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan kalian penulis bisa berada dititik ini.
11. Dan terimakasih kepada seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas dorongan dan semangatnya selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi pembaca khususnya.

Padang, 2023

Apries Marta Sahvira

NIM. 19135006

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI.....	15
A. Aspek-Aspek Teoritis	15
B. Kerangka Konseptual	29
C. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODELOGI PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
C. Variabel Penelitian.....	32
D. Definisi Operasional Variabel	33
E. Populasi dan Sampel	34
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Instrumen Penelitian.....	38
H. Uji Coba Instrumen Penelitian	41
I. Teknik Analisis Data	46
J. Uji Pesyaratan Analisis.....	49
K. Pengujian Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian.....	52
B. Pembahasan	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Kamar di Grand Basko Hotel Padang.....	3
Table 2. Penjualan Kamar melalui <i>platform e-commerce</i>	5
Table 3. Sumber Reservasi Grand Basko Hotel Padang	6
Table 4. <i>Room Occupancy</i> di Grand Basko Hotel Padang.....	7
Table 5. <i>Online Review</i> Tamu Tentang Grand Basko Hotel Padang	8
Table 6. Pilihan Jawaban Skala Likert pada Variabel X dan Variabel Y	39
Table 7 Kisi-Kisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
Table 8. Hasil Uji Coba Validitas Variabel <i>Technology Acceptance Model (X)</i> ...	42
Table 9. Hasil Uji Coba Validitas Variabel Keputusan Pembelian Kamar (Y)	43
Table 10. Interpretasi Nilai r (Alpha Cronbach)	44
Table 11. Hasil Uji Reabilitas Variabel X	45
Table 12. Hasil Uji Reabilitas Variabel Y	45
Table 13. Tingkat Capaian Responden.....	48
Table 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Table 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	53
Table 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Table 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Table 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	55
Table 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap	56
Table 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	57
Table 21. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Platform e-commerce	57
Table 22. Deskripsi Statistik Variabel <i>Technology Acceptance Model</i>	58

Table 23. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel TAM	59
Table 24. Deskripsi Statistik Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	61
Table 25. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	61
Table 26. Deskripsi Statistik Indikator <i>Perceived Ease Of Use</i>	62
Table 27. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator <i>Perceived Ease Of Use</i>	63
Table 28. Deskripsi Statistik Indikator <i>Attitude Toward Using</i>	64
Table 29. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator <i>Attitude Toward Using</i>	65
Table 30. Deskripsi Statistik Variabel Keputusan Pembelian Jasa Kamar.....	66
Table 31. Rekapitulasi TCR Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Kamar ..	67
Table 32. Deskripsi Statistik Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	69
Table 33. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	69
Table 34. Deskripsi Statistik Indikator Pencarian Informasi	70
Table 35. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator Pencarian Informasi	71
Table 36. Deskripsi Statistik Indikator Evaluasi Alternatif.....	72
Table 37. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator Evaluasi Alternatif.....	73
Table 38. Deskripsi Statistik Indikator Keputusan Pembelian.....	74
Table 39. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator Keputusan Pembelian.....	74
Table 40. Deskripsi Statistik Indikator Perilaku Pasca Pembelian	75
Table 41. Rekapitulasi TCR Terhadap Indikator Perilaku Pasca Pembelian	76
Table 42. Hasil Uji Normalitas.....	77
Table 43. Hasil Uji Homogenitas	78
Table 44. Hasil Uji Linearitas	79
Table 45. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	81

Table 46. Koefisiensi Regresi Variabel X terhadap Variabel Y.....	81
Table 47. Koefisiensi Determinasi (R square)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grand Basko Hotel Padang	2
Gambar 2. Wawancara dengan tamu.....	10
Gambar 3. Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian	16
Gambar 4. Kerangka Konseptual	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian dari Fakultas.....	93
Lampiran 2. Surat Balasan Izin Penelitian dari Hotel.....	94
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 4. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian Variabel X	101
Lampiran 5. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian Variabel Y	102
Lampiran 6. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	103
Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian Variabel X.....	109
Lampiran 8. Tabulasi Data Penelitian Variabel Y	114
Lampiran 9. Hasil Penyebaran Kuesioner Melalui <i>Google Form</i>	119
Lampiran 10. Dokumentasi Pribadi	120

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu destinasi pariwisata yang ramai dikunjungi wisatawan. Pariwisata di Indonesia sedang mendapatkan perhatian dan menjadi sorotan di dunia. Menurut Victoria dkk (2018:164) “Sektor pariwisata menjadi salah satu pendorong utama perekonomian dunia karena terdapat beberapa keuntungan yang mampu memberikan devisa cukup besar bagi negara, memperluas lapangan pekerjaan dan memperkenalkan budaya negara”. Salah satu industri yang memberikan lapangan pekerjaan tersebut yaitu industri perhotelan yang berada di provinsi Sumatera Barat.

Provinsi Sumatera Barat khususnya di Kota Padang memiliki banyak sekali tempat wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan. Dengan banyaknya tempat wisata tersebut dapat mendorong wisatawan untuk datang ke Padang. Salah satu sarana pariwisata adalah hotel. Hotel adalah salah satu bagian penting dari pariwisata yang merupakan suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan jasa dalam hal penyediaan tempat tinggal yang sifatnya sementara dan dalam waktu tertentu.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 pasal 1, “Hotel adalah penyedia jasa akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat di

lengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”. Salah satu hotel yang menyediakan jasa pelayanan tersebut adalah Grand Basko Hotel Padang.



Gambar 1. Grand Basko Hotel Padang

Grand Basko Hotel Padang merupakan salah satu hotel berbintang yang berada di Kota Padang. Grand Basko Hotel Padang menempati lokasi yang sangat strategis. Grand Basko Hotel Padang beralamat di Jalan Prof.Dr. Hamka No.2A Padang, Sumatera Barat. Lokasi yang strategis serta fasilitas yang memadai menjadi alasan mengapa para wisatawan maupun para pebisnis baik luar maupun dalam negeri yang berkunjung ke Padang untuk menginap di Grand Basko Hotel Padang. Grand Basko Hotel Padang memiliki 180 kamar dengan tipe yang berbeda setiap kamarnya seperti pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Jumlah Kamar di Grand Basko Hotel Padang

<i>Room Type</i>	Jumlah
President Suite	1
Ambassador Suite	2
Budget VIP Room	2
Executive Suite	9
Family Suite	4
VIP Suite	9
Super Deluxe	8
Deluxe Room	74
Superior Room	71
Total Room	180

Sumber : Front Office Grand Basko Hotel Padang (2023)

Setiap tahun semakin banyak hotel yang berkembang dengan berbagai pelayanan dan fasilitas unik yang akan menarik tamu untuk mengunjunginya. Hal tersebut menimbulkan persaingan antar hotel-hotel yang ada. Adanya peningkatan persaingan mengharuskan pihak hotel untuk memberikan pelayanan jasa dan fasilitas yang terbaik sehingga tamu yang berkunjung dan menginap akan merasa terkesan, hal tersebut akan mempengaruhi citra hotel dan keputusan tamu untuk kembali menginap di hotel tersebut untuk seterusnya.

Demi meningkatkan daya saing Grand Basko Hotel Padang harus bisa mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sedang berkembang. Dalam industri perhotelan, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga mendorong dunia perhotelan berkembang semakin pesat,

salah satunya internet. Internet merupakan salah satu sarana yang menyediakan berbagai jenis informasi-informasi yang dibutuhkan oleh penggunanya. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta. Dalam temuan survei terbaru, tingkat penetrasi internet di RI tumbuh 77,02%, dimana ada 210.026.769 jiwa dari total 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia yang terhubung ke internet pada periode 2021-2022.(sumber: apjii.or.id, diakses 05 Februari 2023).

Berdasarkan data tersebut, semakin meningkatnya jumlah pengguna internet, maka hal ini akan memberikan potensi yang besar bagi industri perhotelan dalam mengembangkan layanan jasa dan produknya. Industri perhotelan akan terus melakukan inovasi untuk meningkatkan penjualan kamar, seperti menjual produknya melalui *platform e-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan perdagangan jual beli produk melalui internet (Serfiani *et al.*,2014). *E-commerce* menawarkan kemudahan bagi konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi jual beli dari mulai proses pemilihan barang hingga proses pembayaran (Kotler, 2012:232). Banyak *platform e-commerce* yang telah di ketahui oleh masyarakat pada umumnya seperti *Traveloka*, *Tiket.com*, *Agoda*, *Booking.com* dan masih banyak lagi. Berikut ini terdapat data pembelian kamar melalui *platform e-commerce* dari bulan Juli - Desember 2022.

Table 2. Penjualan Kamar melalui *platform e-commerce*

No	Bulan	Tiket. Com	Traveloka	Pegi- pegi	Agoda	Tripadvisor	Total
1	Juli	218	151	100	1	1	471
2	Agustus	225	156	104	1	0	486
3	September	190	132	87	0	0	409
4	Oktober	209	146	97	1	0	453
5	November	306	215	141	2	1	665
6	Desember	218	152	101	1	0	472
	Total	1366	952	630	6	2	2.956

Sumber : Front Office Grand Basko Hotel Padang (2023)

Lokasi yang sangat strategis dan merupakan salah satu hotel berbintang di Padang yang sudah menggunakan *platform e-commerce* dalam penjualan kamar Grand Basko Hotel Padang menjadi keputusan yang tepat untuk menginap. Menurut Kotler (dalam Sari, 2018), keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan untuk melakukan pembelian atau penukaran antara uang dan janji untuk membayar hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014), indikator keputusan pembelian yaitu “ pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta perilaku setelah pembelian”. Berikut merupakan tingkat *Occupancy* sumber *reservasi* Grand Basko Hotel Padang pada tahun 2022.

Table 3. Sumber Reservasi Grand Basko Hotel Padang

Sumber Reservasi	Persentase menginap
Government	50%
Individual Traveller	20%
Platform e-commerce	20%
Walk In Guest	10%

Sumber : Front Office Manager Grand Basko Hotel Padang (2023)

Berdasarkan data diatas dapat kita simpulkan bahwa persentase tamu yang menginap melalui *platform e-commerce* masih rendah, sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan *supervisor front office* hotel mengharapkan target penjualan kamar hotel melalui *platform e-commerce*, yaitu sebanyak 60%. Seperti yang kita ketahui jika hotel mengoptimalkan penggunaan *platform e-commerce* maka akan sangat potensial untuk meningkatkan penjualan kamar. Tidak seperti pemesanan hotel tradisional melalui agen perjalanan, pemesanan hotel melalui *platform e-commerce* memberi keuntungan kepada konsumen seperti mengakses lebih banyak foto dan video, deskripsi lengkap tentang properti dan lokasi hotel, lebih murah karena adanya potongan harga dan tidak ada biaya pemesanan tambahan. Pada tabel berikut ini dapat di lihat data *room occupancy* di Grand Basko Hotel Padang dalam 6 bulan terakhir yaitu pada bulan Juli – Desember 2022.

Table 4. Room Occupancy di Grand Basko Hotel Padang

No	Bulan	Jumlah Kamar Terjual	Target Kamar Terjual	Room Occupancy
1	Juli	2.357	4.500	53%
2	Agustus	2.428	4.500	54%
3	September	2.043	4.500	46%
4	Oktober	2.269	4.500	51%
5	November	3.325	4.500	75%
6	Desember	2.357	4.500	53%
	Total	14.779	4.500	55,3%
	Total Kamar/bulan	180 kamar – 30 kamar OM = 150 kamar. 150 kamar X 30 hari = 4.500/bulan		

Sumber : Front Office Grand Basko Hotel Padang (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa jumlah tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang setiap bulannya tidak stabil bahkan kadang mengalami penurunan. Terlihat pada bulan Juli jumlah tamu sebanyak 2.357 orang, pada bulan Agustus jumlah tamu mengalami kenaikan sebanyak 71 menjadi 2.428 orang, pada bulan September mengalami penurunan menjadi 2.043 orang dan terlihat pada 2 bulan terakhir Oktober-November jumlah tamu kembali mengalami kenaikan dan dibulan terakhir jumlah tamu kembali mengalami penurunan menjadi 2.357 orang. Salah satu faktor yang mengakibatkan penurunan jumlah tamu tersebut adalah adanya persepsi tamu yang kurang baik di *online review* pada *platform e-commerce* sehingga membuat tamu ragu untuk memutuskan menginap. Berikut beberapa *online review* yang ada di *platform e-commerce*.

Table 5. *Online Review* Tamu Tentang Grand Basko Hotel Padang

No	<i>Online Review Tamu</i>	Sumber <i>Online Review</i>
1	Berdasarkan salah satu <i>online review</i> yang ada di traveloka adanya keluhan tamu yaitu, tamu tersebut sudah <i>booking</i> terlebih dahulu melalui traveloka dan sebelum berangkat ke Padang tamu tersebut sudah menghubungi pihak hotel untuk memberi informasi bahwa jam 2 siang kamarnya harus sudah siap, ternyata pada sore hari waktu kedatangan tamu kamar yang sudah di <i>booking</i> ternyata belum siap dan tamu pun menunggu sampai malam ternyata belum juga siap dan ketika tamu tersebut komplain pihak hotel memberikan tanggapan yang tidak baik kepada tamu tersebut.	Traveloka
2.	Berdasarkan salah satu <i>online review</i> yang ada di traveloka adanya keluhan tamu yaitu, tamu tersebut <i>booking</i> melalui Traveloka dan <i>request</i> kamarnya yang single bed dan komplain lainnya seperti AC yang sempat rusak, Wifi tidak berfungsi dengan baik, telepon yang rusak, kamar mandi yang kurang baik dan <i>Fitness Centre</i> yang bau.	Traveloka
3.	Berdasarkan salah satu <i>online review</i> yang ada di <i>google review</i> tamu tersebut tidak merekomendasikan Grand Basko Hotel Padang karena harganya tidak sesuai dengan fasilitas hotel.	<i>Google Review</i>
4.	Berdasarkan salah satu <i>online review</i> yang ada di <i>google review</i> adanya keluhan tamu yaitu, tamu merasa kecewa karena AC yang kurang dingin, air AC yang bocor, sarapan yang kurang bervariasi dan juga kurang enak rasanya.	<i>Google Review</i>
5.	Berdasarkan salah satu <i>online review</i> yang ada di pegi-peggi adanya keluhan tamu yaitu, tamu tersebut sudah booking melalui pegi-peggi dan setelah dibayar ternyata pihak hotel	pegi-peggi

<p>mengklaim bahwa mereka salah dalam menetapkan harga kamar sehingga tamu tersebut harus menambah biaya lagi atau di <i>refund</i> dan ketika tamu tersebut memilih di <i>refund</i> ternyata dikenakan <i>cash</i> dan ketika tamu tersebut komplain pihak hotel memberi tanggapan yang kurang baik terhadap tamu.</p>	
--	--

Sumber: Google Review, diakses pada 15 Maret 2023

Berdasarkan *online review* diatas dapat kita lihat masih adanya komentar negatif di *platform e-commerce*. Apabila hal ini terus menerus tidak di perhatikan oleh pihak manajemen hotel maka akan menimbulkan rasa kecewa terhadap tamu dan tamu tidak ingin memutuskan untuk melakukan pembelian kamar, sehingga mengakibatkan penurunan jumlah penjualan kamar dan hotel mendapatkan persepsi yang buruk dari tamu karena sebelum tamu melakukan keputusan pembelian pada *platform e-commerce* biasanya tamu cenderung akan mencari informasi mengenai produk atau jasa dari tinjauan secara *online* sebagai dasar untuk menilai apakah mereka akan melakukan pembelian atau tidak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi *e-commerce* terhadap keputusan pembelian kamar. Penelitian ini didasarkan pada teori TAM karena teori ini adalah salah satu model yang paling berhasil dalam menguji penerimaan teknologi dan perilaku pelanggan terkait teknologi. *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan secara sederhana hubungan sebab akibat antara perilaku dan keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan),

tujuan serta penggunaan aktual dari penggunaan sistem informasi (Noviarni, 2014).

Technology Acceptance Model menyatakan sikap terhadap penggunaan teknologi baru didasarkan pada tiga indikator yaitu : *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *attitude toward using* . *Perceived usefulness* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Pada beberapa kesempatan, *perceived usefulness* juga telah dilihat sebagai keuntungan relatif yang dirasakan. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Sedangkan Sikap terhadap pengaplikasian (*attitude towrd using*) dikonsepskan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.



Gambar 2. Wawancara dengan tamu

Pada saat melaksanakan Magang Bersertifikat II dan observasi penelitian penulis menemukan permasalahan terkait dengan penggunaan teknologi terhadap keputusan menginap. Berdasarkan hasil wawancara dengan tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang tamu mengatakan adanya beberapa kalangan tertentu terutama yang sudah berumur sulitnya penggunaan *platform e-commerce* seperti adanya beberapa fitur pada *platform* yang tamu tidak mengerti mengaplikasiannya sehingga membuat tamu merasa kesulitan untuk membeli kamar secara *online*.

Berdasarkan kecenderungan tersebut, penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen di Indonesia dalam menggunakan *platform e-commerce* untuk pembelian kamar hotel. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) ada beberapa faktor yang timbul yang dapat mempengaruhi minat dari seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan), *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Attitude Toward Using* (sikap terhadap pengaplikasian).

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengangkat penelitian ini dengan judul : “Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Pada *Platform E-commerce* di Grand Basko Hotel Padang”

B. Identifikasi Masalah

1. Belum tercapainya target penjualan kamar melalui *platform e-commerce*
2. Tidak stabilnya tingkat hunian kamar setiap bulannya.
3. Kalangan yang sudah berumur pada umumnya sulitnya menggunakan *platform e-commerce* sehingga kurang berminat untuk melakukan pembelian kamar secara *online*.
4. Adanya persepsi negatif pada *platform e-commerce* yang akan mempengaruhi tamu untuk menginap.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan diatas, maka peneliti membatasi penelitian ini yaitu :

1. *Technology acceptance model*.
2. Keputusan pembelian jasa kamar.
3. Pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan pembelian jasa kamar pada *platform e-commerce* di Grand Basko Hotel Padang.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *Technology acceptance model* di Grand Basko Hotel Padang?.
2. Bagaimana keputusan pembelian jasa kamar di Grand Basko Hotel Padang?.
3. Bagaimana pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan pembelian jasa kamar pada *platform e-commerce* di Grand Basko Hotel Padang?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan pembelian jasa kamar pada *platform e-commerce* di Grand Basko Hotel Padang.

2. Tujuan Khusus

- a) Mendeskripsikan tentang *technology acceptance model* di Grand Basko Hotel Padang.
- b) Mendeskripsikan tentang keputusan pembelian jasa kamar di Grand Basko Hotel Padang.
- c) Menganalisis pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan pembelian jasa kamar pada *platform e-commerce* di Grand Basko Hotel Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Grand Basko Hotel Padang

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan saran serta informasi kepada pihak manajemen hotel untuk meningkatkan penggunaan *platform e-commerce* sehingga jumlah tamu yang menginap di Grand Basko Hotel Padang terus meningkat.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan pembelajaran di Departemen Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan.

3. Bagi Penulis

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana sains terapan, serta penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, dan pemahaman terhadap pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan pembelian jasa kamar pada *platform e-commerce* serta membandingkan dengan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan, acuan, referensi pembelajaran, dan bahan pembandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis ataupun penelitian yang lebih luas dengan kriteria tempat yang berbeda. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk mengkaji variabel lain yang kemungkinan memiliki pengaruh positif.