

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE TRAVEL AGENT* TERHADAP
KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI GRAND BASKO HOTEL PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Departemen Pariwisata,
Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Sebagai Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)*



Oleh :

MIA WULAN SARI

NIM.19135028/2019

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

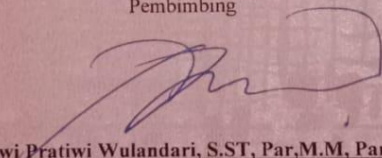
PENGARUH PROMOSI *ONLINE TRAVEL AGENT* TERHADAP
KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI GRAND BASKO HOTEL PADANG

Nama : Mia Wulan Sari
NIM/BP : 19135028/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

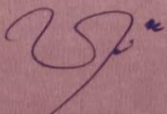
Padang, Februari 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing


Dwi Pratiwi Wulandari, S.ST, Par.M.M, Par
NIP. 199007302019032015

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP


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

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 Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang
Nama : Mia Wulan Sari
NIM/BP : 19135028/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Februari 2024

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par, M.M. Par. 1

2. Anggota : Youmil Abrian, SE., M.M

3. Anggota : Rian Surenda, S.EI, M.M

2.

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 : Mia Wulan sari
NIM/TM : 19135028 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap 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,

Kepala Departemen Pariwisata

Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 196202262020121012

Saya yang menyatakan,

Mia Wulan Sari
NIM. 19135028

ABSTRAK

Mia Wulan Sari, 2024 : Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh promosi *online travel agent* terhadap keputusan tamu menginap di Grand Basko Hotel Padang. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah tamu yang sudah pernah menginap di Grand Basko Hotel Padang pada bulan juli hingga Desember 2022. Jumlah sampel pada penelitian 216 menggunakan rumus Slovin dengan teknik *purposive sampling*.

Dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan 3 hal diantaranya yaitu promosi online di Grand Basko Hotel Padang menunjukkan bahwa nilai presentase keseluruhan sebesar 37,9% termasuk dalam kategori sangat baik. Kedua, keputusan menginap di Grand Basko Hotel Padang nilai presentase keseluruhan sebesar 46,76% termasuk kategori sangat baik. Ketiga, terdapat pengaruh signifikan antara promosi online terhadap keputusan menginap di Grand Basko Hotel Padang dengan nilai R square sebesar 0,653. artinya pengaruh promosi online pada keputusan menginap di Grand Basko Hotel Padang sebesar 65,3% sedangkan 34,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Promosi Online, Keputusan Menginap

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang” dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sain Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan skripsi ini, menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan tenaga dan pikiran sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
2. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Adek Kurnia Fiza, S.ST. Par, M.Par selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, S.ST.Par., MM.Par sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

7. Seluruh Dosen , Tenaga Administrasi, dan Teknisi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. Terkhusus kepada Keluarga yang telah banyak memberikan dukungan, nasehat, motivasi dan semangat kepada penulis sehingga bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
9. Sahabat dan seluruh rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2019 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis.

Penyusunan proposal skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalamnya. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, agar proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Padang, Januari 2024

Mia Wulan Sari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	14
BAB II	16
KAJIAN TEORI	16
A. Kajian Teori.....	16
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan Dengan Keputusan Mengingat.....	22
C. Kerangka Konseptual.....	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
C. Variabel Penelitian	26

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
E. Populasi dan Sampel Penelitian	27
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Instrumen Penelitian	30
H. Uji Coba Instrumen.....	33
I. Teknik Analisis Data	37
J. Uji Persyaratan Analisis.....	38
K. Pengujian Hipotesis	40
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan.....	77
BAB V.....	81
PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual	23
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Hotel Berbintang dan Non Bintang Di Kota Padang.....	3
Tabel 2. Jumlah Hotel Berbintang Di Kota Padang	4
Tabel 3. Room Occupancy % Periode Juli-Desember 2022	5
Tabel 4. Jumlah kamar yang Terjual melalui Online Travel Agent.....	6
Tabel 5. Permasalahan Terkait Indikator Keputusan Pembelian.....	8
Tabel 6. Permasalahan terkait Indikator Promosi Online	10
Tabel 7. Jumlah Kamar yang Terjual pada Juli-Desember 2022.....	27
Tabel 8. Bentuk Alternatif Jawaban Skala Likert.....	31
Tabel 9. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	31
Tabel 10. Uji Validitas Variabel Promosi Online (X).....	34
Tabel 11. Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap (Y).....	35
Tabel 12. Uji Reliabilitas Promosi Online (X)	36
Tabel 13. Uji Reliabilitas Keputusan Menginap (Y)	36
Tabel 14. Interpretasi Nilai r (Alpha Cronbach).....	36
Tabel 15. Teknik Klasifikasi.....	38
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota	44
Tabel 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap	44
Tabel 21. Karakteristik Responden Berdasarkan OTA yang dipilih	45
Tabel 22. Statistik Promosi Online	46
Tabel 23. Skor Jawaban Responden Tentang Promosi Online	47
Tabel 24. Statistik Informasi	48
Tabel 25. Skor Jawaban Responden Tentang Informasi	49
Tabel 26. Statistik Keberadaan Pelayanan	50
Tabel 27. Skor Jawaban Responden Tentang Keberadaan Pelayanan	51
Tabel 28. Statistik Ketanggapan Pelayanan	52
Tabel 29. Skor Jawaban Responden Tentang Ketanggapan Pelayanan	53

Tabel 30. Statistik Proses Transaksi Pembelian.....	54
Tabel 31. Skor Jawaban Responden Tentang Proses Transaksi Pembelian	55
Tabel 32. Kegunaan	56
Tabel 33. Skor Jawaban Responden Tentang Kegunaan	56
Tabel 34. Statistik Keputusan menginap.....	58
Tabel 35. Skor Jawaban Responden Tentang Keputusan Menginap	58
Tabel 36. Statistik Pilihan Produk.....	60
Tabel 37. Skor Jawaban Responden Tentang Pilihan Produk	61
Tabel 38. Statistik Pilihan Merek.....	62
Tabel 39. Skor Jawaban Tentang Pilihan Merek.....	63
Tabel 40. Statistik Pilihan Penyalur	64
Tabel 41. Skor Jawaban Responden Tentang Pilihan Penyalur	65
Tabel 42. Statistik Waktu Pembelian	66
Tabel 43. Skor Jawaban Responden Tentang Waktu Pembelian.....	67
Tabel 44. Statistik Jumlah Pembelian	68
Tabel 45. Skor Jawaban Responden Tentang Jumlah Pembelian	69
Tabel 46. Statistik Metode Pembayaran	70
Tabel 47. Skor Jawaban Responden Tentang Metode Pembayaran.....	71
Tabel 48. Uji Normalitas.....	72
Tabel 49. Uji Homogenitas	73
Tabel 50. Uji Linearitas	74
Tabel 51. Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	75
Tabel 52. Nilai Signifikansi	75
Tabel 53. Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Uji Coba	86
Lampiran 2. Tabulasi Instrumen Uji Coba	93
Lampiran 3. Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Promosi Online (X)	94
Lampiran 4. Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Keputusan Menginap (Y)	95
Lampiran 5. Data Tabulasi Instrumen Promosi Online (X)	96
Lampiran 6. Data Tabulasi Instrumen Keputusan Menginap (Y)	101
Lampiran 7. Deskripsi Data	107
Lampiran 8. Surat Izin Uji Coba dan Penelitian	121
Lampiran 9. Surat Balasan Penelitian	122
Lampiran 10. Dokumentasi	123

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang mempunyai banyak pulau dengan beraneka macam budaya, dan objek wisata untuk mendukung perkembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata dapat juga membuka peluang usaha dalam meningkatkan kesejahteraan dan menunjang pembangunan nasional. Kekayaan alam Indonesia yang menjadi potensi wisata alam dan juga berbagai kreabilitas salah satunya provinsi Sumatera Barat.

Provinsi Sumatera Barat memiliki keindahan panorama alam seperti air terjun nyarai, pulau pasumpahan, danau kembar, danau singkarak, lembah harau, pulau mandeh, batu kalang, jembatan akar dan pemandian alam sako tapan. Adapun ragam kuliner Sumatera Barat yaitu rendang, sate padang, dendeng balado, lontong sayur, ikan asam padeh, itiak lado mudo, lamang, salah lauak dan bika talago. Kemudian keunikan budaya Sumatera Barat yaitu tradisi turun mandi, tradisi batagak penghulu, festival tabuik, makan bajamba, batagak kudo-kudo, maulid nabi, baralek gadang atau upacara perkawinan dan tari piring sehingga banyak dikunjungi wisatawan.

Berdasarkan Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat (2022), jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Sumatera Barat Tahun 2022 sebanyak 4.142 orang. Semakin banyaknya kunjungan jumlah wisatawan ke Sumatera Barat, maka semakin banyaknya persaingan para pelaku usaha dalam meningkatkan sarana dan prasarana untuk mendukung perkembangan usaha kegiatan pariwisata. Salah satu sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan pariwisata adalah usaha akomodasi.

Menurut Ismayanti (2011:72) akomodasi merupakan sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, serta dilengkapi dengan pelayanan makanan dan minuman sebagai sarana pendukung pariwisata untuk wisatawan. Salah satu akomodasi yang paling banyak digunakan oleh wisatawan adalah hotel.

Menurut Sulastiyono (2011:5) yang menyatakan bahwa: Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Bisnis Hotel di Indonesia terus berkembang seiring dengan perkembangan kebutuhan wisatawan di berbagai destinasi wisata di Indonesia salah satunya di Provinsi Sumatera Barat.

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjadi destinasi wisata baik bagi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Hal ini membuat industri perhotelan di Sumatera Barat terus berkembang, berbagai hotel berbintang dan non bintang dibangun dalam rangka menyediakan kebutuhan wisatawan akan akomodasi. Hotel berbintang dan Hotel Non Bintang ini tersebar di berbagai wilayah provinsi Sumatera Barat salah satunya Kota Padang.

Kota Padang merupakan ibu kota dari provinsi Sumatera Barat yang memiliki banyak daya tarik wisata yang menarik dan juga didukung oleh sarana akomodasi baik hotel berbintang maupun non bintang. Berikut ini adalah data jumlah hotel di Kota Padang.

Tabel 1. Jumlah Hotel Berbintang dan Non Bintang Di Kota Padang

No	Klasifikasi	Jumlah Hotel
1.	Hotel Berbintang	54
2.	Hotel Non Bintang	76
Total		130

Sumber : Dinas Pariwisata Padang (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa total keseluruhan hotel di Kota Padang 130 hotel yang terdiri dari 46 hotel berbintang dan 76 hotel non bintang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hotel di kota Padang di dominasi oleh hotel non bintang. Hotel berbintang di Kota Padang terdiri dari hotel berbintang 1 2 3 dan 4. Berikut ini data jumlah hotel berbintang 1 2 3 dan 4 di Kota Padang.

Tabel 2. Jumlah Hotel Berbintang Di Kota Padang

No.	Klasifikasi	Jumlah Hotel
1.	Hotel Bintang 1	20
2.	Hotel Bintang 2	13
3.	Hotel Bintang 3	11
4.	Hotel Bintang 4	10

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Padang (2022)

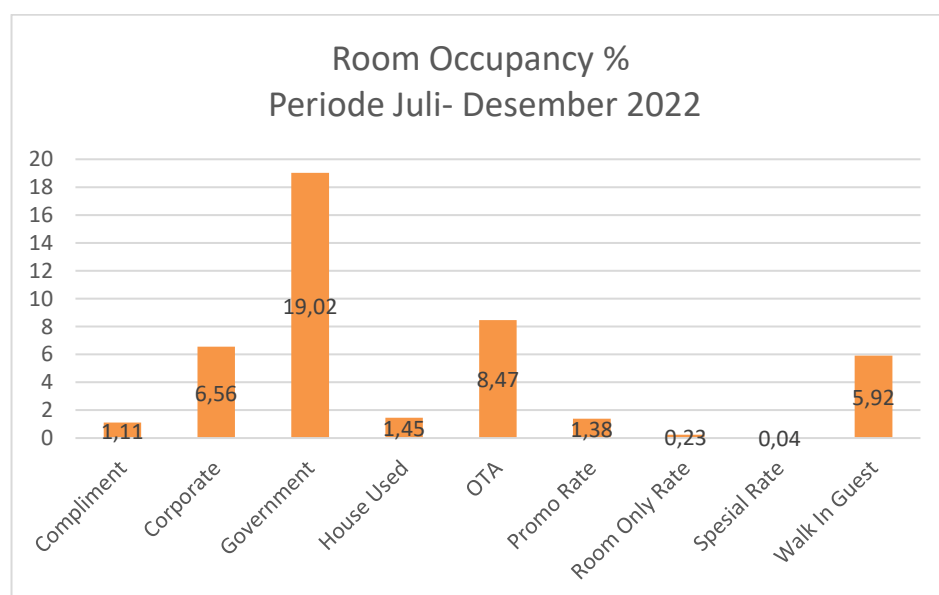
Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah hotel paling sedikit adalah hotel bintang 4 yang berjumlah 10 hotel yang terdiri dari The Axana Hotel, Santika Premiere Padang Hotel, Truntum Padang Hotel, Grand Zuri Hotel, Imelda Hotel Water Park Covention Center, Hotel Kriyad Bumiminang, Hotel Mercure, Hotel Pangeran Beach, Rocky Plaza Hotel dan Grand Basko Hotel Padang. Menurut Prakoso (2017:6) klasifikasi hotel Bintang 4 (****) adalah jumlah kamar standar minimum 50 kamar, kamar suite minimal 3 kamar, kamar mandi didalam, luas kamar standar minimal 24m² , luas kamar suite minimal 48m² .

Grand Basko Hotel Padang terletak di Jl. Prof. Dr. Hamka No.2a, Air Tawar Tim., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat 25132. Lokasi Hotel tersebut sangat strategis, dekat dengan pusat perbelanjaan dan dekat dengan berbagai objek wisata yang ada di Kota Padang. Lokasi yang strategis dan pelayanan standar *internasional* serta fasilitas yang memadai, Grand Basko Hotel Padang menjadi alasan mengapa para wisatawan ataupun para pebisnis baik luar maupun dalam negeri

berkunjung ke Padang. Hanya memakan waktu 30 menit dari Bandara International Minangkabau, dan 20 menit perjalanan menuju pusat kota.

Grand Basko Hotel Padang terhubung langsung dengan Basko Grand Mall, selain itu hotel ini mudah dijangkau dengan alat transportasi umum dan tidak terlalu jauh dari lokasi-lokasi wisata di kota Padang. Hotel ini memiliki 180 kamar dengan tipe yang berbeda setiap kamarnya dan memiliki fasilitas masing-masing disetiap kamar tersebut, termasuk 153 kamar modern dan 27 *suite*. Tipe kamar hotel itu terdiri dari *deluxe king* dan *twin* 26 kamar, *superior king* dan *twin* sekitar 127 kamar, *VIP room suite* 11 kamar, *executive suite* 9 kamar, *family suite* 4 kamar, *ambassador suite* 2 kamar dan *president suite* 1 kamar. Grand Basko Hotel Padang juga memiliki fasilitas lain yang terdiri dari 9 ruang *meeting*, *Irena swimming poll*, *bajamba restaurant*, *zello lounge* dan *musholla*. Berikut adalah tingkat *occupancy* Grand Basko Hotel Padang pada tahun 2022.

Tabel 3. Room Occupancy % Periode Juli-Desember 2022



Berdasarkan tabel 3 di atas terlihat bahwa jumlah tamu *Compliment* sebanyak 1,11%, tamu *Corporate* sebanyak 6,56%, tamu *Government* sebanyak 19,02%, tamu *House Used* sebanyak 1,45%, tamu *Online Travel Agent* sebanyak 8,47%, tamu *Promo Rate* sebanyak 1,38%, tamu *Room Only Rate* sebanyak 0,23%, tamu *special rate* sebanyak 0,04%, dan tamu *Walk In Guest* sebanyak 5,92%. Dapat disimpulkan bahwa tamu yang paling banyak menginap di Grand Basko Hotel Padang adalah tamu *Government*. Berikut adalah jumlah kamar yang terjual menggunakan jasa *online travel agent* pada tahun 2022.

Tabel 4. Jumlah Kamar yang Terjual melalui *Online Travel Agent*

Month	Traveloka	Tiket.com	Pegi-Pegi	Kamar
Juli	86	314	10	410
Agustus	83	293	16	392
September	133	203	45	381
Oktober	181	413	40	634
November	31	251	23	305
Desember	168	434	97	699
Total	682	1.908	231	2.821

Sumber: *Front Office* Grand Basko Hotel Padang (2022)

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa perubahan penjualan kamar yang terjual melalui online travel agent pada bulan juli, oktober dan desember terlihat baik, namun pada bulan agustus, September dan november penjualan kamar mengalami penurunan yang signifikan. Kondisi jumlah tamu yang tidak stabil ini disebabkan masih adanya

promosi online yang dilakukan tidak berjalan dengan baik seperti kurang pembaruan informasi yang disampaikan Grand Basko Hotel Padang yang didapatkan tamu dalam melakukan pemesanan melalui *online travel agent*.

Menurut Atikasari (2016), *Online travel agent* atau (OTA) merupakan biro perjalanan yang pemasarannya melalui website atau dilakukan dengan cara menggunakan media internet, akan tetapi tidak menutup kemungkinan suatu *travel agent* pun memasarkan produknya secara *online*. OTA berperan sebagai media promosi dan penjualan secara *online* melalui *website*, yang mudah di akses melalui *handphone* ataupun laptop dimanapun berada oleh penggunanya. Sehingga dapat memudahkan tamu melakukan pembelian kamar melalui *online travel agent*.

Menurut Tjiptono (2015:21), keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Kotler dan Keller (2016:194) mengemukakan indikator keputusan pembelian adalah pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Adapun permasalahan dalam keputusan pembelian yang penulis temukan dari beberapa ulasan tamu tentang hotel Grand Basko Hotel Padang melalui *online travel agent* yaitu sebagai berikut :

Tabel 5. Permasalahan Terkait Indikator Keputusan Pembelian

Sumber	Permasalahan	Indikator
<p>4.0 L****N**** Perjalanan bersama Teman 1 Okt 22</p> <p>atapnya bocor... jorok, seprei ga di gantii, meja ga dilap, karpet kayanya gapernah divakum, banyak banget pelanggaran kode etik oleh pelayanan disana termasuk keamanan yang sembarangan masuk ke kamar tamu..</p>	Adanya pengalaman tamu tentang fasilitas yang disediakan dalam keadaan yang kurang baik di Grand Basko Hotel Padang.	Permasalahan terkait indikator pilihan produk (pegi-peg.com)
<p>4,4 sangat jelek!!;</p> <p>lantai dan perabotan berdebu, ditambah lagi tidak ada view jadi pengap, tenggorokan jadi sakit, mata jadi bintitan, pdhl dihotel sebelum nya tidak bgitu, lokasi parkir yg jauh dan kecil dan bau, lantai lift berdebu, hairdyer tidak menyala hanya jadi pajangan, shampoo tidak ada, kulkas gak ad, pdhl hotel *5 fasilitas nya tidak sesuai hotel *5, tapi mknn lumayan enak, kamar nya dingin enak, yg lainnya okeelah</p> <p>Diulas pada 27 Desember 2022</p>	Adanya pengalaman tamu pada saat menginap kembali di Grand Basko Hotel Padang yang tidak disesuaikan dengan pengalaman menginap diwaktu sebelumnya.	Permasalahan Terkait Indikator Pilihan Merek (Agoda)
<p>5,7 / 10 21 Agu 2022</p> <p>Sangat kecewa. Selama menginap selalu kena tagih biaya parkir dpintu keluar parkir. Alasan harus minta voucher menginap ke resevsionis. Sementara resevsionis gak ada mengasih dan meinformasikan masalah voucher menginap buat parkir. Udah berpa kali ngingap selalu begitu. Kapok ngingap lagi. 🤔👤</p> <p>👍 6 menyukai review ini</p>	Adanya permasalahan tamu mengenai beberapa kali menginap tetapi selalu kena tagihan biaya parkir dipintu keluar.	Permasalahan Terkait Indikator Pilihan Penyalur Dan Waktu Pembelian (Traveloka)
<p>4,8 / 10 4 Apr 2022</p> <p>Udah sering ngingap di sini tetapi pelayanan resepsionis cewek nya kurang ramah, dan dikasih kamar yang selalu ada aja kerusakan nya, kamar 466 contoh nya ac nya panas banget! Dan minta kamar yang ada view nya selalu full.</p> <p>👍 6 menyukai review ini</p>	Adanya permasalahan tamu yang sering menginap yang tidak mendapatkan pelayanan dan fasilitas kamar yang kurang baik.	Permasalahan Terkait Indikator Jumlah Pembelian (Traveloka)
<p>★★★★★ setahun lalu</p> <p>Liburan</p> <p>sedikit pengalaman, saya memesan melalui pegi pegi, setelah saya bayar ternyata pihak hotel mengklaim bahwa mereka salah dalam menyetel harga sehingga saya harus menambah biaya lagi atau saya refund. dua pilihan itu yg diberikan, namun saat saya memilih refund saja, dan ternyata saya kena cash 24% wkwkwk, aneh bgt setelah dihubungi cs dari basko hotel, mereka ttp kekeh bahwa mereka juga dirugikan padahal saya disini yg mengalami kerugian uang. ga rekomended, bintang 4 namun pelayanan sangat buruk. tdk aware thradap komplain customer. saran saya masih banyak hotel bintang 2 bahkan yg lebih mementingkan kenyamanan konsumen dan tentunya ga merugikan konsumen</p>	Adanya permasalahan tamu pada saat melakukan pembayaran melalui online travel agent.	Permasalahan Terkait Indikator Metode Pembayaran (Google Review)

Berdasarkan dari ulasan pengalaman tamu di atas terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran yang menjadi masalah sehingga memberikan kesan kurang baik bagi hotel dan perlu diperbaiki.

Menurut Annishia & Prastiyo (2019:23), salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Adapun menurut Achmad, Zainul, & Kadarismasn (2015:4), Promosi online yaitu suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menawarkan produk barang atau jasa yang dikenalkan melalui media online (Internet), maka tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dan penjual. Menurut Supranto (2006:244), mengemukakan indikator promosi online adalah informasi, keberadaan pelayanan, ketanggapan pelayanan, proses transaksi pembelian dan kegunaan.

Promosi online yang digunakan Grand Basko Hotel Padang yaitu melalui *online travel agent*. Salah satu manfaat menggunakan *online travel agent*, Menurut Janal dalam Diah Pradiatiningtyas (2015) *Information* yaitu keadaan dimana konsumen akan mendapatkan banyak informasi termasuk produk dan harga yang dijual dengan jelas dalam waktu yang singkat pada saat akan melakukan transaksi.

Adapun permasalahan dalam promosi online yang penulis temukan dari beberapa ulasan tamu tentang Grand Basko Hotel Padang melalui *Online Travel Agent* yaitu sebagai berikut :

Tabel 6. Permasalahan terkait Indikator Promosi Online

Sumber	Permasalahan	Indikator
	Masalah pada fasilitas Gym/Ruang Kebugaran yang sudah tidak beroperasi lagi masih ditampilkan di aplikasi Trip.com yang belum di <i>update</i> oleh perusahaan	Permasalahan Terkait Indikator Informasi (Trip.com)
	Masalah mengenai Proses <i>check in</i> lama yang membuat tamu menjadi menunggu, sehingga terdapat hubungan tidak baik dengan tamu.	Permasalahan Terkait Indikator Keberadaan Pelayanan (Traveloka)
	Masalah mengenai saran maupun kritikan yang disampaikan tidak ditanggapi dengan cepat oleh perusahaan.	Permasalahan Terkait Indikator Ketanggapan Pelayanan (Traveloka)
	Masalah mengenai pada saat tamu datang kehotel tidak ada yang welcome service dan mengarahkan tempat parkir.	Permasalahan Terkait Indikator Proses Kegunaan (Traveloka)

Adapun permasalahan dari indikator proses transaksi pembelian, penulis menemukan masalah pada saat melakukan praktek *Magang Bersertifikat 2* di Grand Basko Hotel Padang. Penulis Menemukan masalah mengenai Penyampaian informasi yang disampaikan *Front Office* kepada tamu kurang jelas tentang gratis *voucher Breakfast* dimana untuk *voucher Breakfast* gratis untuk 2 orang tamu, kemudian bagi yang membawa anak di usia 0-6 tahun dikasih gratis, untuk anak usia 6-12 tahun separoh harga orang dewasa Rp. 61.500 dan untuk usia diatas 12 tahun harga orang dewasa Rp. 123.000. Tetapi itu tidak dijelaskan dengan detail, sehingga terjadi salah paham antara Tamu dengan Departemen *Food Beverange Service* tentang *Voucher Breakfast* tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini perlu dilakukan agar adanya perbaikan mengenai promosi online sehingga tingkat hunian hotel melalui *online travel agent* dapat stabil, dan juga dapat menambah kepercayaan tamu mengenai gambaran hotel melalui online sehingga tamu bisa mengambil keputusannya untuk menginap di Grand Basko Hotel Padang. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Grand Basko Hotel Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masih terdapat pengalaman tamu tentang pilihan produk fasilitas yang disediakan dalam keadaan yang kurang baik.
2. Terdapat permasalahan mengenai tamu yang menginap kembali tentang pilihan merek yang tidak sesuai dengan ekspektasi menginap sebelumnya.
3. Masalah tamu tentang beberapa kali menginap selalu dikenakan tagihan biaya voucher parkir dipintu keluar.
4. Masalah mengenai tamu yang sering menginap yang masih terdapat pelayanan dan fasilitas kamar yang kurang baik.
5. Masih adanya permasalahan tamu mengenai pembayaran melalui *online travel agent*.
6. Masih terdapat fasilitas yang sudah tidak beroperasi ditampilkan di aplikasi Trip.com yang belum di *update* oleh perusahaan.
7. Masalah mengenai keberadaan pelayanan, dimana proses *check in* lama yang membuat tamu menjadi menunggu sehingga terdapat hubungan tidak baik dengan tamu.
8. Saran maupun kritikan yang disampaikan tidak ditanggapi dengan cepat oleh perusahaan.
9. Penyampaian informasi yang disampaikan *Front Office* kurang jelas kepada tamu sehingga terjadi *miscommunication*.

10. Terdapat respon karyawan yang kurang baik kepada tamu.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Promosi *Online* di Grand Basko Hotel Padang
2. Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel padang
3. Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang”.

D. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana Promosi *Online Travel Agent* di Grand Basko Hotel Padang ?
2. Bagaimana Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang ?
3. Bagaimana Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan Umum dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang.

2. Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan Promosi *Online Travel Agent* di Grand Basko Hotel Padang.
2. Mendeskripsikan Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang.
3. Menganalisis Pengaruh Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Grand Basko Hotel Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Hotel

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran dan pertimbangan manajemen Perusahaan dalam mengevaluasikan tentang Promosi *Online Travel Agent* Terhadap Keputusan Tamu Menginap, sehingga dapat meningkatkan jumlah tamu di Grand Basko Hotel Padang.

2. Bagi Departemen Pariwisata

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang terutama Prodi D4 Manajemen Perhotelan 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 Lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang manajemen perhotelan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait lainnya yang membutuhkan.