

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA KAMAR MELALUI *ONLINE TRAVEL AGENT* DI
ROCKY PLAZA HOTEL PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan (D4) Universitas Negeri Padang*



Oleh:

DINDA RIZKY ANUGRAH

18135099/2018

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN

DEPARTEMEN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA KAMAR MELALUI *ONLINE TRAVEL AGENT* DI
ROCKY PLAZA HOTEL PADANG**

Nama : Dinda Rizky Anugrah
NIM/BP : 18135099/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

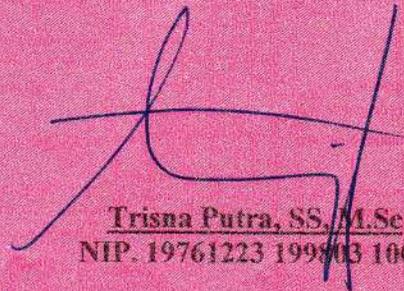
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par, CHE
NIP. 198705202015041001

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Se
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 *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Melalui *Online Travel Agent* Di Rocky Plaza Hotel Padang
Nama : Dinda Rizky Anugrah
NIM/BP : 18135099/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par, CHE

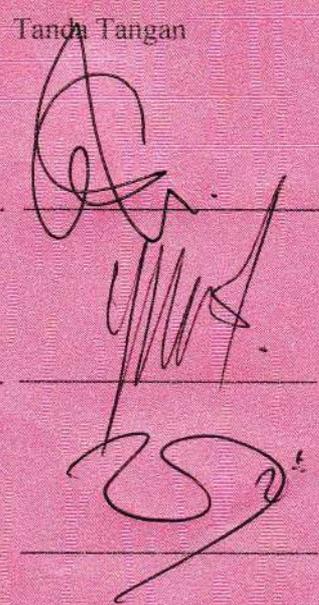
1.

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

2.

3. Anggota : Feri Ferdian, S.ST, MM, Ph.D, CHE

3.





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dinda Rizky Anugrah
NIM/TM : 18135099/ 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza 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


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

Saya yang menyatakan,


Dinda Rizky Anugrah
NIM. 18135099

ABSTRAK

Dinda Rizky Anugrah. 2022. Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza Hotel Padang. Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil pengamatan selama pra-penelitian pada saat praktek lapangan industri di Rocky Plaza Hotel Padang dan dilatar belakangi dari permasalahan *Online Customer Review* yang masih sedikit, terdapat komentar negatif dan penjualan kamar melalui *Online Travel Agent* masih rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* (X) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza Hotel Padang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif digolongkan penelitian asosiatif kausal dengan metode survey. Penelitian ini dilakukan di Rocky Plaza Hotel Padang. Populasi yang dalam penelitian ini adalah tamu yang melakukan pemesanan melalui *Online Travel Agent* dengan jumlah sampel sebanyak 208 orang menggunakan Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu mentabulasi data dan deskripsi data. Uji persyaratan analisis yang dilakukan yaitu uji normalitas uji homogenitas dan uji linearitas. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara langsung dan melalui google form dengan skala likert. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa 1) variabel X (*Online Customer Review*) dari indikator yang sudah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 51% berada pada rentang ≥ 48 - < 60 termasuk kategori kurang baik, 2) variabel Y (keputusan pembelian) dari indikator yang telah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai persentase 54,8% pada rentang $\geq 63,3$ - $< 75,9$ termasuk kategori baik, 3) *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza Hotel Padang. berdasarkan perhitungan koefisien determinan (R Square) dapat diketahui besarnya pengaruh *Online Customer Review* (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 74,9% dan 25,1% dipengaruhi faktor lain.

Kata kunci: *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian, *Online Travel Agent*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Melalui Online Travel Agent Di Rocky Plaza Hotel Padang*”**. Proposal ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan proposal penelitian ini, penulis tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. 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. Bapak Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par., selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam proposal penelitian, serta motivasi untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
4. Seluruh Staff administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat- surat yang diperlukan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

5. Human Resource Manager dan Front Office Manager di Rocky Plaza Hotel Padang yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
6. Terkhusus kedua orangtua Ibu dan papa serta keluarga besar tercinta Oma, Bujing, Om omil, Khanza, dan Abang Dicky yang telah memberikan semangat dan dukungan yang tak terhingga dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat dari semester 1, Muthia, Sonia, Opi, Adinda, Indik, Uum, dll yang telah menemani dari mahasiswa baru hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini
8. *Last but not least, I wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for, for never quitting.*

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah di berikan.

Penulis menyadari proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Padang, Juli 2022

Dinda Rizky Anugrah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Batasan Masalah	15
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian	16
F. Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	18
A. Kajian Teori	18
1. Keputusan Pembelian.....	18
2. <i>Online Customer Review</i>	24
B. Kerangka Konseptual	30
C. Hipotesis.....	31
BAB III 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	34
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Instrument Penelitian	37
H. Uji Coba Instrument.....	40
I. Teknik analisis data.....	44
J. Uji Persyaratan Analisis.....	47
K. Pengujian Hipotesis.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Hasil Penelitian	51
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Kamar Terjual Melalui OTA di Rocky Plaza Hotel Padang.....	8
2. Jumlah Kuota Pemesanan Kamar di OTA di Rocky Plaza Hotel Padang.....	9
3. Jumlah Rating Rocky Plaza Hotel Padang di Online Travel Agent	10
4. Rata-Rata Rating Hotel di Padang.....	11
5. Jumlah Ulasan Rocky Plaza Hotel Padang di Online Travel Agent.....	13
6. Jumlah Kamar Terjual Melalui OTA di Rocky Plaza Hotel Padang Pada Agustus 2021 – Februari 2022	38
7. Pilihan Jawaban Skala Likert	42
8. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	42
9. Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel X.....	46
10. Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel Y	47
11. Interpretasi nilai r (Apl Cronbach)	48
12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	49
13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	49
14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
17. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menginap.....	57
18. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Online Travel Agent</i>	58
19. Deskripsi Data Variabel <i>Online Customer Review (X)</i>	59
20. Hasil Rekapitulasi Deskripsi Statistik Berdasarkan Indikator <i>Online Customer Review</i> (X)	56

21. Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator <i>Online Customer Review</i>	57
22. Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
23. Hasil Rekapitulasi Deskripsi Statistik Berdasarkan Indikator Keputusan Pembelian (Y)	60
24. Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Pembelian	60
25. Hasil Uji Normalitas	62
26. Hasil Uji Homogenitas	63
27. Hasil Uji Linearitas	64
28. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	65
29. Koefisien Determinan Variabel X Terhadap Variabel Y	66
30. Pengaruh Variabel X Terhadap Y	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Ulasan Berkualitas Kurang Baik	14
2. Ulasan Berkualitas Kurang Lengkap	14
3. Kerangka Konseptual Pengaruh <i>Online</i>	35
4. Garis Kontinum <i>Online Customer Review (X)</i>	56
5. Garis Kontinum Keputusan Pembelian (Y)	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Penelitian dari Fakultas	76
2. Surat Balasan Izin Penelitian dari Hotel	77
3. Kuesioner Penelitian.....	78
4. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian Variabel X	86
5. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Penelitian Variabel Y	87
6. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	88
7. Lampiran Penyebaran Kuesioner Melalui <i>Google form</i>	98
8. Tabulasi Data Penelitian Variabel <i>Online Customer Review (X)</i>	99
9. Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	105
10. Hasil Prhitungan Klasifikasi Skor Data Penelitian.....	111
11. Catatan Bimbingan Skripsi.....	112
12. Ulasan Tamu di Situs <i>Online Travel Agent</i>	113
13. Dokumentasi.....	116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, industri jasa merupakan salah satu industri yang berkembang pesat dari tahun ke tahun. Berbagai macam industri dibidang usaha dibentuk untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Industri jasa saat ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Semakin banyaknya permintaan dan kebutuhan dari konsumen, mengakibatkan pasar usaha jasa saat ini berkembang dengan pesat dan semakin besar.

Salah satu usaha jasa yang berkembang pesat saat ini adalah industri perhotelan. Industri perhotelan merupakan jasa yang saat ini sangat berpengaruh terhadap perekonomian dan merupakan industri dibidang jasa yang sangat penting, terutama dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Hotel merupakan industri jasa yang menawarkan berbagai produk dan layanan kepada tamu yang menginap, seperti penyewaan kamar, penyewaan *meeting room*, penyewaan kolam renang, penyewaan *restaurant*, *gym* dan *spa*.

Setiap tahun semakin banyak hotel yang berkembang dengan berbagai pelayanan dan fasilitas yang 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 ketika tamu berkunjung dan menginap akan merasa terkesan, hal tersebut akan mempengaruhi citra hotel dan keputusan tamu untuk kembali menginap di hotel tersebut untuk seterusnya.

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 pada tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 73,7% dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna. Ada kenaikan jumlah pengguna internet sebesar 8,9% atau setara 25,5 juta pengguna. (sumber: apjii.or.id, diakses 22 Februari 2022)

Berdasarkan data tersebut, semakin meningkatnya jumlah pengguna internet, maka hal ini memberikan potensi yang besar bagi industri perhotelan dalam mengembangkan layanan jasa dan produknya. Beberapa hotel saat ini sudah banyak yang menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu wadah untuk melakukan penjualan atau pemasaran melalui media elektronik berbasis online.

Online Travel Agent (OTA) merupakan sebuah situs *e-commerce* yang menyediakan fasilitas untuk konsumen dalam proses pembelian tiket perjalanan maupun pemesanan hotel. Menurut Citra (2019) *Online Travel Agent* adalah agen perjalanan yang berperan sebagai media promosi dan penjualan secara online melalui website. *Online Travel Agent* dapat membantu

konsumen dalam melakukan pemesanan hotel secara online, selain itu *Online Travel Agent* juga memberikan informasi-informasi terkait hotel yang ingin dipesan seperti fasilitas, harga, lokasi, foto, dan lain sebagainya. Informasi-informasi tersebut juga dilengkapi dengan beberapa review yang diberikan oleh pengguna *Online Travel Agent* sebagai tamu sebuah hotel.

Dengan adanya *Online Travel Agent*, konsumen atau pengguna memiliki banyak pilihan hotel yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Keadaan ini menuntut hotel-hotel yang ada untuk mampu bersaing. Hotel harus memiliki strategi yang cukup kuat agar mempunyai daya tarik yang tinggi bagi konsumennya sehingga memperoleh tingkat hunian yang tinggi. Agar mempunyai daya tarik yang tinggi hotel harus memberikan fasilitas media promosi secara *online* yang memadai, serta memiliki sumber daya manusia (SDM) yang baik. Dengan menerapkan strategi seperti ini, akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh pelanggan terhadap hotel tersebut.

Dengan mempertahankan strategi yang cukup kuat dengan cara memberikan fasilitas penjualan dan media promosi serta informasi secara online di situs jejaring internet dapat mempengaruhi keputusan pembelian. 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. Konsumen melakukan keputusan pembelian berawal dari adanya kesadaran akan pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang

ingin tercapai dari konsumen tersebut. Apabila konsumen sudah menyadari akan kebutuhan dan keinginan tersebut, maka secara tidak langsung konsumen akan mencari berbagai informasi terkait produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Setelah konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk atau jasa maka konsumen akan mengalami tingkat kepuasan dan ketidakpuasan tertentu (Kotler dan Keller, 2016:200).

Dikutip dari econsultancy.com (dalam Pratitis 2020), pada umumnya sekitar 61% tamu akan membaca ulasan atau *review* sebelum membuat keputusan untuk melakukan pembelian jasa kamar. Tamu akan cenderung membaca ulasan atau *Online Customer Review* sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian jasa kamar, yang kemudian akan mengunggah ulasan mengenai pengalaman atau opini setelah tamu menginap.

Online Customer Review adalah salah satu dari beberapa faktor yang menentukan keputusan pembelian seseorang menunjukkan bahwa orang dapat mengambil jumlah review sebagai indikator popularitas produk atau nilai dari suatu produk yang akan mempengaruhi kemauan untuk membeli suatu produk (Nainggolan & Purba, 2019). Menurut Mirza (Priangga & Munawar, 2021), “*Online Consumer Review* digunakan sebagai sarana untuk konsumen mencari dan mendapatkan informasi yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian”. Indikator *Online Customer Review* terdiri dari *Source Credibility* (Kredibilitas Sumber), *Argument Quality* (Kualitas Argumen), *Perceived Usefulness* (Manfaat yang dirasakan), *Review Valence* (Ulasan

Gabungan), *Quantity of Reviews* (Jumlah Ulasan) (Putri dan Wandebori (dalam Saskiana 2021))

Dengan adanya fitur *Online Customer Review* yang telah menarik banyak perhatian dari akademisi maupun masyarakat sebagai salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian (Daulay, 2020). *Online Customer Review* memiliki banyak informasi yang dengan mudah dapat diterima oleh konsumen melalui review-review melalui koneksi internet yang disampaikan oleh konsumen lain yang telah menggunakan jasa atau produk suatu hotel.

Sebelum memutuskan untuk menginap di suatu hotel, seringkali konsumen mencari informasi mengenai hotel yang ingin mereka kunjungi. Pencarian informasi tersebut dapat dengan mudah diakses melalui *Online Customer Review*. *Online Customer Review* berisikan pendapat atau ulasan langsung dari seseorang yang bukan iklan, hal ini membuat *Online Customer Review* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen lainnya (Farki, Baihaqi, & Wibawa, 2016).

Para tamu yang pernah menginap akan menulis *Online Review* berupa informasi mengenai pengalaman yang dirasakan selama menginap di hotel, mulai dari pengalaman yang baik maupun pengalaman yang buruk. Hal ini menyebabkan pengguna tidak hanya mendapat satu informasi saja namun pengguna bisa mendapatkan informasi dari banyak orang secara langsung. Dengan adanya ulasan atas rekomendasi oleh konsumen lain dalam sebuah

platform, hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen atau pengguna dalam pengambilan keputusan untuk menginap.

Dalam setiap hotel memiliki tujuan yaitu dapat memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik kepada setiap tamu yang menginap, sehingga tamu akan merasa puas dan terkesan. Ketika tamu merasa puas dan terkesan, tamu akan memberikan ulasan yang bagus dan baik pada sebuah *platform* sehingga hal tersebut mempengaruhi citra terhadap hotel. Begitu juga sebaliknya, apabila tamu tidak merasa nyaman, tamu akan memberikan *review* yang negatif. Hal ini perlu diperhatikan bagi setiap hotel. Termasuk salah satu hotel yang ada di Padang yaitu Rocky Plaza Hotel Padang.

Rocky Plaza Hotel Padang merupakan salah satu hotel yang berlokasi di kota Padang yang telah berdiri selama 19 tahun. Rocky Plaza Hotel Padang juga termasuk hotel bintang empat (****) yang memiliki 171 kamar dan memiliki 11 *meeting room*. Lokasi hotel ini sangat strategis yaitu berada di Jl. Permindo No. 40 Padang, yang dimana lokasi tersebut sangat dekat pusat peberlanjaan, sehingga memudahkan tamu yang menginap untuk memenuhi kebutuhannya. Rocky Plaza Hotel Padang termasuk salah satu hotel yang sudah berkembang dengan pesat. Salah satu pendapatan terbesar hotel ini yaitu dari penjualan kamar dan *meeting room*.

Saat ini Rocky Plaza Hotel Padang sudah menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu wadah untuk melakukan promosi atau penjualan. Salah satu bentuk kerja sama yang dilakukan *e-commerce* yaitu bekerja sama dengan beberapa *Online Travel Agent*, seperti *Traveloka*, *Tiket.com*, *Tripadvisor*, dan

Agoda. Hal ini akan mempermudah tamu untuk melakukan reservasi di Rocky Plaza Hotel Padang. *Online Travel Agent* menyediakan platform untuk mengakses informasi dan memberikan review atau komentar selama tamu menginap di hotel tersebut.

Pada tabel berikut ini dapat di lihat data mengenai jumlah kamar terjual melalui Online Travel Agent di Rocky Plaza Hotel Padang dalam 7 bulan terakhir pada periode Agustus 2021-Februari 2022:

Tabel 1. Jumlah Kamar Terjual Melalui Online Travel Agent di Rocky Plaza Hotel Padang

Bulan	Target Kamar Terjual	Jumlah kamar terjual	Room Occupancy %	Room Occupancy % (OTA)
Agustus	5.301	2.133	40.2%	15.1%
September	5.130	3.356	65.4%	13%
Oktober	5.301	4.232	79.8%	11%
November	5.130	3.986	77.6%	12%
Desember	5.301	4.233	79.8%	15%
Januari	5.301	2.838	53.5%	14%
Februari	4.788	2.616	49.3%	12%

Sumber: *Sales & Marketing dan Front Office Department Rocky Plaza Hotel Padang (2022)*

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa penjualan kamar melalui *Online Travel Agent* masih tergolong rendah jika dilihat dari keseluruhan penjualan kamar. Sementara itu, terdapat ketentuan beberapa hotel harus membayar komisi sebesar 18%-28% kepada beberapa pihak *Online Travel Agent* (OTA) (Yulianti, 2019) . Hal ini akan mempengaruhi pendapatan di Rocky Plaza Hotel Padang, karena penjualan melalui OTA tergolong rendah

tetapi pihak hotel tetap harus membayar komisi kepada pihak OTA. Frekuensi keputusan pembelian kamar melalui *Online Travel Agent* masih rendah dibandingkan dengan total keseluruhan penjualan kamar, hal tersebut diduga dipengaruhi oleh kinerja *Online Customer Review* yang terjadi di Rocky Plaza Hotel Padang.

Selain itu, berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan *Front Office Manager* Rocky Plaza Hotel Padang, untuk kuota pemesanan kamar melalui *Online Travel Agent* berjumlah minimal 5 kamar per OTA. Berikut ini adalah rekapitulasi jumlah kuota pemesanan kamar melalui *Online Travel Agent*:

Tabel.2 Jumlah Kuota Pemesanan Kamar Melalui Online Travel Agent di Rocky Plaza Hotel Padang

Online Travel Agent	Kuota perhari	Kuota Perbulan
Traveloka	5 kamar	150 kamar
Agoda	5 kamar	150 kamar
Pegipegi	5 kamar	150 kamar
Tiket.com	5 kamar	150 kamar
Mg holiday	5 kamar	150 kamar
Total	25 kamar	750 kamar

Sumber: *Front Office Department Rocky Plaza Hotel Padang* (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat jumlah kuota untuk semua OTA sebanyak 25 kamar perhari dan 750 kamar perbulan. Kuota yang ditetapkan oleh hotel untuk *Online Travel Agent* masih tidak cukup dengan pemasukan yang didapatkan dari *Online Travel Agent* tersebut, karena kuota untuk *Online*

Travel Agent yang telah disediakan hotel sebesar 25 kamar/hari, sedangkan pemasukan yang didapat dari penjualan kamar oleh *Online Travel Agent* perhari nya sekitar 10-15 kamar, oleh sebab itu terget yang telah ditentukan hotel tidak sesuai dengan pendapatan

Rocky Plaza Hotel Padang mempunyai rating pada beberapa situs *Online Travel Agent*. Semakin tinggi rating, maka akan semakin meningkat kepercayaan tamu yang akan menginap di hotel tersebut sehingga mempengaruhi keputusan pembelian (Ltika, 2019). Sangat penting untuk menjaga kestabilan rating dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik dan kualitas fasilitas yang memadai. Berikut ini adalah rekapitulasi rating di Rocky Plaza Hotel Padang:

Tabel 3. Jumlah Rating Rocky Plaza Hotel Padang di Online Travel Agent

Media Ulasan	Rating	Indikator
Tripadvisor	3.5/5	Lokasi, kebersihan, layanan, nilai
Traveloka	8.4/10	Kebersihan, kenyamanan, layanan, makanan, lokasi
Tiket.com	4.1/5	Kebersihan, fasilitas, lokasi, layanan, harga
Agoda	7.6/10	Kebersihan, fasilitas, lokasi, kenyamanan, layanan, harga
Pegipegi	8.8/10	Kenyamanan, kebersihan, pelayanan, lokasi, harga

Sumber: Website Online Travel Agent (2022)

Banyaknya ulasan atau *review* yang diberikan oleh tamu yang menginap juga salah satu penunjang tingginya rating hotel. Dengan adanya rating dapat membantu tamu dalam melakukan pencarian informasi sebelum mengambil keputusan untuk menginap disebuah hotel. Rating yang terdapat di

Rocky Plaza Hotel Padang masih tergolong rendah dibandingkan dengan hotel kompetitor yang ada di Padang.

Tabel 4. Rata-Rata Rating Hotel di Padang

Hotel	Rating Online Travel Agent
Hotel Mercure	8.7/10
The ZHM Premiere Padang	8.5/10
Hotel Truntum Padang	8.5/10
Rocky Plaza Hotel Padang	8.3/10

Sumber: *Website Online Travel Agent (2022)*

Berdasarkan data diatas, rating Rocky Plaza Hotel padang masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan rata-rata rating hotel kompetitor. Dengan rendahnya rating tersebut, tamu cenderung melakukan evaluasi dengan mencari alternatif-alternatif lain dan akan membandingkan dengan hotel kompetitor yang memiliki rating tinggi. Hal tersebut akan mempengaruhi keputusan tamu dalam melakukan pembelian kamar di Rocky Plaza Hotel Padang.

Berdasarkan pra-penelitian yang penulis lakukan, terdapat permasalahan terkait indikator perilaku pasca menginap dari seorang tamu, tamu tersebut mengatakan bahwa dia merasa kecewa dengan review dan informasi yang tidak sesuai dengan fasilitas dan pelayanan selama menginap, hal ini membuat tamu tersebut tidak ingin menginap lagi di Rocky Plaza Hotel Padang dan tidak akan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Setelah tamu menginap di Rocky Plaza Hotel Padang, tamu dapat meninggalkan ulasan pada sebuah situs *Online Travel Agent* yang digunakan.

Tamu akan melewati tahapan pencarian informasi sebelum melakukan pembelian, salah satunya informasi yang didapat dari *Online Customer Review* yang dapat berbentuk komentar atau ulasan dalam internet. Melihat ulasan atau komentar online sangat membantu konsumen karena membuat konsumen merasa lebih percaya diri pada keputusan pembelian (Lin 2013). Berdasarkan indikator *Quantity Of Review*, terdapat ulasan positif dan negatif dari beberapa tamu yang pernah menginap di Rocky Plaza Hotel Padang selama 6 bulan terakhir. Saat banyak terdapat ulasan positif terhadap suatu produk maka sebagian responden sadar dan yakin untuk membeli produk tersebut. Berlawanan jika terkandung banyak ulasan yang kurang baik atau negatif maka sebagian besar responden akan menelusuri alternatif produk yang serupa dan mempunyai banyak komentar yang positif. (Ramadhana, 2022). Berikut ini jumlah ulasan Rocky Plaza Hotel Padang pada situs Online Travel Agent selama 6 bulan terakhir:

Tabel 5. Jumlah Ulasan Rocky Plaza Hotel Padang di Online Travel Agent

Website Ulasan	Ulasan Positif	Ulasan Negatif	Total
Tripadvisor	8	10	18
Traveloka	15	20	35
Tiket.com	20	17	37
Agoda	2	3	5
Pegipegi	4	3	7

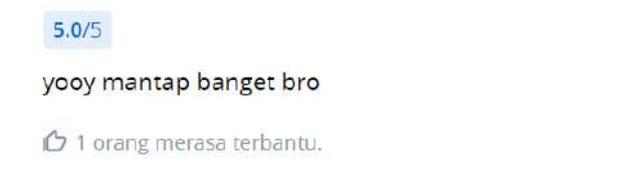
Sumber: *Data diolah (2022)*

Berdasarkan tabel diatas, terdapat komentar negatif yang berisikan tentang fasilitas dan kualitas pelayanan yang ditulis oleh tamu di beberapa situs

online travel agent, sedangkan ulasan positif berisi tentang tamu yang merasa puas dan nyaman selama menginap di hotel tersebut.

Banyaknya komentar negatif disebabkan oleh kurangnya pelayanan yang diberika oleh Rocky Plaza Hotel Padang dan masih banyak fasilitas yang tidak memadai. Hal tersebut akan memunculkan seorang tamu untuk memberikan komentar negatif di *Online Travel Agent*, sehingga dapat dibaca oleh pengguna situs *Online Travel Agent* dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada saat tamu melakukan pencarian informasi dan melakukan evaluasi. Selain itu, untuk jumlah *Online Customer Review* pada situs *Online Travel Agent* selama 6 bulan terakhir masih tergolong sedikit, hal ini dikarenakan kurangnya pihak hotel dalam meminta tamu untuk memberikan review setelah tamu menginap.

Permasalahan selanjutnya berdasarkan indikator *Quality Argument*, terdapat beberapa review dengan kualitas yang kurang baik dan kurang lengkap dilihat dari salah satu situs *Online Travel Agent*. Berikut ini adalah *Online Customer Review* yang berkualitas kurang baik:



Gambar 1. Ulasan Berkualitas Kurang Baik
Sumber : *Website Online Travel Agent (2022)*



Gambar 2. Ulasan Berkualitas Kurang Lengkap

Sumber: *Website Online Travel Agent (2022)*

Berdasarkan pra-penelitian yang peneliti lakukan, masih banyak tamu yang tidak paham dalam menulis review, tamu cenderung bingung pada saat mengisinya. Hal ini dikarenakan kurangnya arahan dari pihak hotel untuk meminta dan menjelaskan review kepada tamu yang telah menginap, sehingga akan mempengaruhi tamu yang akan melakukan keputusan pembelian di Rocky Plaza Hotel Padang. Semakin lengkap dan detail *review* yang disajikan dalam suatu *review online* maka akan mempengaruhi konsumen dalam pemesanan hotel melalui *Online Travel Agent*. (Putra 2016)

Dari permasalahan yang terjadi, dapat diketahui masih adanya komentar negatif dan masih sedikitnya jumlah ulasan dari tamu di fitur *Online Customer Review*. Apabila hal ini terus-menerus tidak diperhatikan oleh pihak manajemen hotel akan menimbulkan rasa kecewa terhadap tamu dan tidak ingin memutuskan untuk melakukan pembelian kamar, sehingga mengakibatkan penurunan penjualan kamar dan hotel mendapatkan citra yang buruk terhadap tamu.

Ulasan tersebut memicu terciptanya jaringan *Online Customer Review* yang baik mengenai penawaran hotel sehingga mempengaruhi keputusan pembelian kamar. Situs *Online Travel Agent* dijadikan media oleh Rocky Plaza Hotel Padang untuk memantau kinerja *Online Customer Review* yang

dihasilkan, sehingga berguna bagi pihak manajemen hotel dalam meningkatkan pelayanan, promosi, melengkapi sarana dan prasarana serta memperbaiki manajemen hotel.

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan, untuk mengetahui seberapa efektif *Online Customer Review* yang dilakukan Rocky Plaza Hotel Padang untuk mewujudkan keputusan menginap, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Melalui *Online Travel Agent* Di Rocky Plaza Hotel Padang**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Uraian di atas, penulis dapat mengidentifikasi masalah seperti berikut:

1. Masih rendahnya penjualan kamar melalui *Online Travel Agent (OTA)* dari total *occupancy*.
2. Rating Rocky Plaza Hotel Padang masih rendah dibandingkan dengan hotel kompetitor di Padang yang akan mempengaruhi tamu untuk mencari informasi dan melakukan evaluasi alternatif.
3. Terdapat tamu yang tidak ingin menginap kembali setelah menginap di Rocky Plaza Hotel Padang.
4. Jumlah ulasan yang ditulis oleh tamu di situs *Online Travel Agent* masih tergolong sedikit.
5. Adanya komentar negatif dan positif mengenai Rocky Plaza Hotel Padang yang ditulis oleh tamu pada situs *Online Travel Agent*.

6. Terdapat kualitas review yang masih kurang baik dan tidak detail di situs *Online Travel Agent*.

C. Batasan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi penelitian hanya pada:

1. *Online Customer Review*
2. Keputusan Pembelian Kamar melalui *Online Travel Agent*
3. Pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian jasa kamar melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza Hotel Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan Batasan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai beriku:

1. Bagaimana *Online Customer Review* tamu di Rocky Plaza Hotel Padang?
2. Bagaimana keputusan pembelian jasa kamar melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza Hotel Padang?
3. Bagaimana Pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian jasa kamar melalui *online travel agent* di Rocky Plaza Hotel Padang?

E. Tujuan Penelitian

Setelah mengidentifikasi masalah, membatasi, dan merumuskan masalah yang akan diteliti, tentunya peneliti memiliki tujuan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk meneliti Pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian jasa kamar melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza Hotel Padang.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan *Online Customer Review* di Rocky Plaza Hotel Padang
- b. Mendeskripsikan keputusan pembelian jasa kamar di Rocky Plaza Hotel Padang
- c. Menganalisis bagaimana Pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian jasa kamar melalui *Online Travel Agent* di Rocky Plaza Hotel Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Rocky Plaza Hotel Padang

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak Rocky Plaza Hotel Padang mengenai keputusan pembelian kamar melalui *Online Customer Review* dan membantu pihak manajemen dalam mengembangkan strategi sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menambah pendapatan dalam penjualan kamar.

2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi yang bermanfaat yang dapat berguna dalam perkuliahan pemasaran hotel di Jurusan Pariwisata.

3. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis untuk menambah ilmu pengetahuan dan menambah pengalaman yang nantinya akan berguna dalam dunia kerja.

4. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti lainnya yang dapat dijadikan sumber informasi dan referensi bagi peneliti berikutnya.