

**PENGARUH *ONLINE REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP DI HOTEL NONGSA POINT
MARINA & RESORT**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Sains Terapan (S.ST)



Oleh :
PATRISHENA AL QAMAR
NIM. 21135175

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

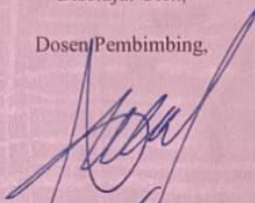
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul	: Pengaruh <i>Online Review</i> Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Nongsa Point Marina & Resort
Nama	: Patrishena Al Qamar
NIM/BP	: 21135175/2021
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 30 Oktober 2025

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing,


Violintukha Harnawan, M.Pd
NIP : 199611162022032019

Kepala Departemen,


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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Patrishena Al Qamar
Nim : 21135175
Judul : Pengaruh *Online Review* Terhadap Keputusan Menginap Di
Hotel Nongsa Point Marina & Resort
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

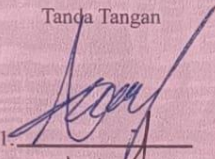
Dinyatakan Lulus Setelah mempertahankan Skripsi
di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
Departemen Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Padang, 30 Oktober 2025

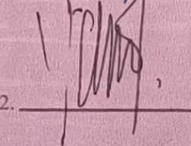
Nama

Tanda Tangan

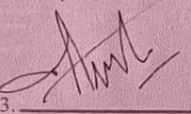
1. Ketua : Violintikha Harmawan, M.Pd

1. 

2. Anggota : Youmil Abrian, S.E., M.M.

2. 

3. Anggota : Dr. Hermansyah, S.Pd., M.Pd.

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
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Patrishena Al Qamar
NIM/TM	: 21135175/2021
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **"Pengaruh Online Review Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Nongsa Point Marina & Resort"** adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses 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


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

Saya yang menyatakan,



Patrishena Al Qamar
NIM. 21135175

Abstrak

Patrishena Al Qamar, (2025) : Pengaruh *Online review* Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Nongsa Point Marina & Resort

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam menentukan pilihan akomodasi, termasuk hotel. Salah satu faktor yang berperan penting adalah *Online review* yang ditulis oleh tamu sebelumnya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Online review* terhadap keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & Resort Batam, yang merupakan salah satu destinasi unggulan di Kepulauan Riau.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 90 responden yang pernah menginap di Nongsa Point Marina & Resort dan membaca *Online review* sebelum memutuskan menginap. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya, lalu data dianalisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS versi 26.00

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas ulasan yang tersedia, semakin besar kecenderungan wisatawan untuk memilih menginap di hotel tersebut. Dengan demikian, pengelola hotel perlu mengelola dan memanfaatkan *Online review* secara strategis, baik dengan menjaga kualitas layanan maupun memberikan respon terhadap ulasan tamu, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan keputusan menginap.

Kata Kunci: *Online review*, Keputusan Menginap, Nongsa Point Marina & Resort, Pariwisata, Hotel

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Atas limpahan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online review* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Nongsa Point Marina dan Resort ”**. Shalawat senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang berilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (D4) di Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Di dalam penyusunan penelitian ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan tenaga dan terbukanya pemikiran untuk memberi jalan dalam menyusun skripsi ini
2. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D. selaku Wakil Dekan II Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Pasaribu, S.ST.Par, M.Si.Par, CHE selaku Kepala Departemen Pariwisata.
5. Ibu Violinthika Harmawan, M.Pd selaku pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak Feri Ferdian S.ST.,M.M.,Ph.D, CHE selaku dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis.
7. Bapak ibu dosen prodi Manajemen Perhotelan di Universitas Negeri Padang yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan serta saran-saran kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Terhusus kedua orang tua saya yang tercinta dan saya sayangi, yang selalu menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih perlu penyempurnaan, oleh karena itu saran dan masukan yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca

Padang, Agustus 2025

Patrishena Al Qamar

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	15
KAJIAN TEORI.....	15
A. Keputusan Mengingat.....	15
B. <i>Online review</i>	18
C. Kerangka Konseptual	21
D. Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III.....	23
METODOLOGI PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Variabel Penelitian.....	24

D. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	24
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
F. Definisi Operasional Variabel.....	28
G. Uji Instrumen	28
H. Teknik Analisis Data.....	33
I. Uji Normalitas	35
J. Uji Homogenitas	35
L . Uji Hipotesis	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan	53
BAB V.....	57
KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	64

Daftar Tabel

Tabel 1. Wisatawan Yang Berkunjung ke Batam Periode Tahun 2024.....	2
Tabel 2. Jumlah Tamu Menginap di Nongsa Point <i>Marina & Resort</i>	4
Tabel 3. <i>Online Travel Agent</i> Nongsa Point Marina & Resort	9
Tabel 4. Jumlah Tamu Tahun 2025 Nongsa Point Marina & Resort.....	26
Tabel 5. Pilihan Jawaban Skala Likert	29
Tabel 6. Kisi Kisi Instrumen Penelitian	29
Tabel 7. Validitas Uji Coba Variabel <i>Online review</i>	31
Tabel 8. Validitas Uji Coba Variabel Keputusan Menginap.....	32
Tabel 9. Reliabilitas Hasil Uji Coba Variabel <i>Online review</i>	33
Tabel 10. Reliabilitas Hasil Uji Coba Variabel Keputusan Menginap	33
Tabel 11. Batas Interval dan Kategori Pilihan	34
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Menginap.....	39
Tabel 15. Responden Pernah Melihat <i>Review Online Travel Agent</i>	40
Tabel 16. Responden Berdasarkan Tamu Individu/FIT	40
Tabel 17. Data Statistik Variabel <i>Online review</i>	41
Tabel 18. Kriteria Pencapaian	42
Tabel 19. Hasil TCR Variabel <i>Online review</i>	42
Tabel 20. Data Statistik Variabel Keputusan Menginap	45
Tabel 21. Kriteria Pencapaian	46
Tabel 22. Hasil TCR Variabel Keputusan Menginap	46
Tabel 23. Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 24. Hasil Uji Homogenitas.....	50
Tabel 25. Hasil Uji Linearitas	51
Tabel 26. Uji Regresi Linear Sederhana	52
Tabel 27. Koefisien Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y	52
Tabel 28. Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Nongsa Point Marina & Resort.	3
Gambar 2. Kerangka Konseptual	22

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata di era globalisasi ini berkembang dengan sangat pesat. Dengan berkembangnya pariwisata maka pertumbuhan akomodasi seperti hotel, resort, Villa maupun *guest house* juga akan terus bertambah. Perkembangan pariwisata menyebabkan semakin ketatnya persaingan di antara pelaku bisnis yang bergerak di bidang pariwisata, khususnya yang berhubungan dengan penyedia akomodasi berupa hotel.

Menurut (Sihite,2020:Kandampully et al., 2015), hotel merupakan bagian penting dari industri perhotelan dan pariwisata yang terus berkembang karena pengaruh teknologi informasi, ekspektasi konsumen, dan globalisasi pasar. Hotel adalah tempat yang tidak hanya menawarkan layanan akomodasi, tetapi juga menjadi pusat pengalaman pelanggan, di mana interaksi layanan, kenyamanan, dan emosi berperan besar dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hotel adalah bangunan yang dikelola secara komersial dengan menyediakan fasilitas penginapan, makanan, minuman, dan pelayanan lainnya bagi tamu yang datang menginap sementara.

Hotel-hotel tentu akan bersaing ketat untuk menggaet *market* yang ada secara optimal. Pariwisata khususnya di Batam meningkat, Hal ini ditandai dengan data dari badan pusat statistik batam. Berikut adalah

data dari badan pusat statistik wisatawan berkunjung ke Batam pada periode tahun 2024.

Tabel 2. Wisatawan Yang Berkunjung ke Batam Periode Tahun 2024

Bulan	Tahun 2024
Juli	10.109.900
Agustus	12.018.500
September	11.538.400
Oktober	11.066.700
November	11.264.100
Desember	15.998.200

Sumber. BPS Kota Batam

Berdasarkan tabel dari badan pusat statistik batam menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke batam pada tahun 2024 meningkat, semakin meningkat jumlah wisatawan maka jumlah akomodasi akan sangat berpengaruh salah satunya hotel.

Dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam juga menyatakan bahwa tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Provinsi Kepulauan Riau pada bulan Agustus 2024 rata-rata 56,35 persen atau naik 3,99 poin dibanding TPK Juli 2024 yang tercatat sebesar 52,36 persen. Rata-rata lama menginap tamu asing dan tamu Indonesia pada hotel berbintang di Provinsi Kepulauan Riau pada bulan Agustus 2024 tercatat sebesar 1,91 hari atau naik 0,06 poin dibanding dengan bulan Juli 2024 salah satu hotel yang ada di kepulauan riau adalah nongsa point marina & resort.



Gambar 1. Nongsa Point Marina & Resort.
Sumber :Instagram Nongsa Point Marina &Resort

Nongsa Point Marina & *Resort* adalah hotel berbintang 4 sebuah destinasi akomodasi yang terletak di kawasan Nongsa, Batam, Indonesia. Dikenal sebagai salah satu *resort* terbaik di pulau ini, Nongsa Point Marina & *Resort* menawarkan pengalaman menginap yang unik dan menyenangkan bagi para wisatawan, baik lokal maupun internasional. *Resort* ini terletak di tepi pantai, dikelilingi oleh pemandangan laut yang menakjubkan dan alam tropis yang hijau, menjadikannya tempat yang ideal untuk bersantai dan menikmati keindahan alam.

Salah satu daya tarik utama Nongsa Point Marina & *Resort* adalah marina yang terletak di dalam kompleksnya. Marina ini menyediakan tempat berlabuh bagi kapal dan yacht, menjadikannya pilihan populer bagi para pelaut dan penggemar olahraga air. Tamu yang menginap di *resort* ini dapat menikmati berbagai aktivitas air seperti *jet ski*, parasailing, dan snorkeling. Selain itu, *resort* ini juga menawarkan layanan penyewaan perahu untuk menjelajahi pulau-pulau kecil di sekitarnya.

Salah satu faktor utama yang menarik wisatawan untuk menginap ke Nongsa Point Marina & *Resort* adalah lokasinya yang strategis dan

aksesibilitas yang mudah. Terletak di bagian utara Pulau Batam, resort ini hanya berjarak sekitar 35 menit dengan feri dari Terminal Feri Tanah Merah di Singapura, menjadikannya destinasi ideal untuk liburan akhir pekan atau liburan singkat bagi wisatawan internasional. Akses yang mudah ini memungkinkan wisatawan dari Singapura dan negara-negara tetangga untuk menikmati suasana tropis, pantai berpasir putih, serta fasilitas marina internasional tanpa harus melakukan perjalanan jauh. Dengan kombinasi lokasi yang strategis dan fasilitas lengkap, Nongsa Point Marina & Resort menjadi pilihan populer bagi mereka yang mencari liburan santai namun mudah dijangkau.

Berdasarkan dari penjelasan di atas bahwa kunjungan ke Hotel Nongsa Point Marina & Resort pada tahun 2024 dan 2025 mengalami fluktuasi. Hal tersebut di buktikan dengan data *room sold*.

Tabel 3. Jumlah Tamu Nongsa Point Marina & Resort.

No	Bulan	Jumlah tamu 2024	Jumlah tamu 2025
1	Januari	777	1.040
2	Februari	1154	682
3	Maret	1059	909
4	April	1068	947
5	Mei	872	740
6	Juni	1319	1103
Total		5549	5421

Sumber: Dept front office nongsa point marina & resort

Berdasarkan tabel di atas tersebut bahwa tingkat hunian antara tahun 2024 dan 2025 terjadi fluktuasi. Dimana tingkat hunian paling tinggi berada di bulan januari dan hunian paling terendah pada bulan februari 2025, *Room sold* Nongsa Point Marina & Resort pada bulan

februari hotel mengalami sepi pengunjung di karenakan anak-anak sudah masuk sekolah dan orang-orang sudah mulai masuk kerja setelah tahun baru 2025. Sedangkan untuk pada awal bulan januari hotel mengalami *high occupancy* karena periode libur tahun baru yang berdekatan dengan libur sekolah.

Sebuah hotel harus meningkatkan *room sold* dengan meningkatnya keputusan menginap. Dimana proses pengambilan keputusan oleh individu atau kelompok untuk memilih dan menggunakan layanan penginapan di suatu hotel, yang didasarkan pada berbagai pertimbangan seperti kebutuhan, preferensi, informasi yang diperoleh, serta persepsi terhadap kualitas dan nilai layanan yang ditawarkan. Menurut Purwaningwulan (2020) kebiasaan saat ini pada akhirnya mengubah perilaku dalam memasarkan produk dan jasanya. Salah satu contoh adalah munculnya platform social media yang membuat aktivitas menjadi lebih mudah dan praktis. Salsabila et al. (2022) menunjukkan bahwa ulasan konsumen daring memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pemesanan dibandingkan dengan upaya pemasaran digital. Keputusan berkunjung adalah proses pemilihan dan penilaian dari berbagai alternatif yang dimiliki konsumen untuk kemudian menetapkan satu pilihan berdasarkan preferensi, kebutuhan, dan faktor eksternal seperti promosi, ulasan daring, maupun rekomendasi sosial (Prasetiawan et al., 2023). Menunjukkan bahwa *Online review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pemesanan kamar. Konsumen cenderung lebih percaya pada pengalaman tamu sebelumnya dibanding iklan. Menegaskan kembali bahwa *review* yang tersedia secara digital memberikan bukti nyata kualitas hotel dari sisi pengguna yang lebih kuat dari sekadar deskripsi resmi. Faktor ini bisa menjadi penentu akhir dalam proses pemilihan hotel (Wahyuni & Suastini, 2023).

Berdasarkan observasi terhadap 6 pengunjung terkait pengalaman mereka selama menginap ,bahwa di Nongsa Point Marina& Resort fasilitasnya sudah lengkap, namun masih ada beberapa yang harus di *upgrade* contohnya dari TV *digital* ke *smart* TV yang sudah terkoneksi internet untuk akses *NETFLIX* dan *YOUTUBE* ,salah satu faktor yang mempengaruhi tamu memutuskan untuk menginap adalah fasilitas. fasilitas yang ditawarkan sebuah hotel sangat berpengaruh terhadap keputusan untuk menginap. Menurut Efriyanda Ary Septiyowati 2017, menemukan bahwa fasilitas hotel, bersama dengan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi, berpengaruh signifikan terhadap proses pengambilan keputusan menginap (Septiyowati & Oetomo, 2017). Selain fasilitas, tamu juga mengungkapkan bahwa yang mempengaruhi keputusan menginap mereka adalah dari segi harga, di Nongsa Point Marina & Resort tamu merasa fasilitas yang diberikan tidak sepadan dengan biaya, contohnya tamu mengeluhkan tidak ada ruangan khusus untuk *makeup* atau ganti pakaian untuk acara *pre-wedding*. Harga merupakan suatu yang dapat memposisikan suatu nilai baik itu produk, perusahaan

ataupun merek Secara psikologis harga memberikan gambaran terhadap kualitas yang diterima, sebagai contoh harga yang mahal cenderung memberikan gambaran produk yang terbaik dan sebaliknya untuk harga yang murah memberikan citra produk yang biasanya saja meskipun tidak semua produk mewakili harga yang ditawarkan (Wahyuni & Suastini, 2023).

Lebih lanjut tamu juga menyatakan bahwa kenyamanan salah satu hal yang mempengaruhi mereka menginap. Misalnya, tamu mengeluhkan kamar yang terletak terlalu jauh dari *lobby*, yang menyulitkan bagi anak-anak dan lansia. Menurut Anggraeni (2024) menunjukkan bahwa kenyamanan fasilitas terutama kebersihan kamar, kesunyian lingkungan, dan kehangatan staf berperan besar dalam menarik tamu. Ketika tamu merasa nyaman secara fisik dan psikologis, mereka cenderung kembali dan merekomendasikan hotel tersebut. Tidak sedikit juga ulasan yang menyuarakan kekecewaan mulai dari proses *check-in* yang lama, kamar yang kotor dan berbau. Selain itu tamu juga menyatakan *Online review* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan mereka berkunjung (Anggraeni et al., 2024).

Online review adalah penilaian atau komentar yang diberikan oleh konsumen setelah menggunakan suatu produk atau layanan melalui *platform online*. Ulasan ini biasanya berisi pengalaman pribadi, opini, serta tingkat kepuasan terhadap produk atau layanan tersebut. Tujuan utama dari ulasan *online* adalah untuk membantu calon pembeli dalam

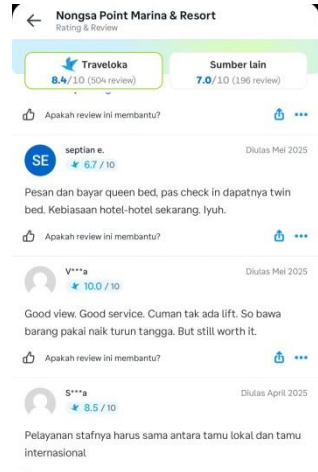
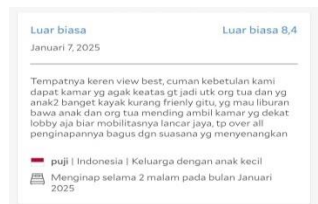
membuat keputusan, dengan memberikan informasi yang bersumber dari pengalaman pengguna sebelumnya. Selain itu, ulasan *online* juga berfungsi sebagai umpan balik bagi penjual untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Keberadaan ulasan *online* yang kredibel dan informatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Menurut Adinda (2025) menyatakan bahwa *Online review* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap citra merek dan reputasi perusahaan (Adinda et al., 2025). Ulasan positif dapat meningkatkan brand image dan menarik lebih banyak pelanggan, sementara ulasan negatif dapat merusak reputasi dan mengurangi niat pembelian. Oleh karena itu, manajemen *Online review* menjadi krusial bagi perusahaan untuk memonitor dan merespons ulasan dengan cepat dan efektif. Dalam era digital ini, *Online review* tidak hanya mempengaruhi keputusan individu tetapi juga membentuk persepsi publik terhadap merek secara keseluruhan (Purwantoro et al., 2023). Berdasarkan dari pendapat ahli di atas, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa *Online review* merupakan elemen penting dalam ekosistem pemasaran digital yang memberikan informasi dari pengguna nyata mengenai pengalaman mereka dengan produk atau layanan. pada penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa *online customer review* memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pembelian barang yang akan dibeli oleh calon pembeli berikutnya, bahwa *Online review* merupakan bagian dari

Electronic Word of Moulth (eWOM), yaitu merupakan pendapat langsung dari seseorang dan bukan sebuah iklan.

Dari penjelasan tentang *Online review* di atas dapat kita lihat dari tabel dibawah beberapa *Online review* terhadap hotel Nongsa Point Marina & Resort yang dibuat langsung oleh tamu melalui *Platform* seperti AGODA, TRAVELOKA, dan *Google Review*.

Tabel 4. Online Travel Agent Nongsa Point Marina & Resort

Sreenshoot	Commnet
	Pesan dan bayar <i>queen bed</i>, pas <i>check in</i> dapatnya <i>twin bed</i>, kebiasaan hotel hotel sekarang. Iyuh. <i>Sumber: Traveloka.com, Mei 2025</i>
	Pelayanan stafnya harus sama antara tamu lokal dan tamu internasional <i>Sumber: Traveloka.com, April 2025</i>
	Pengalaman yang luar biasa, staf yang ramah, pelayanan bagus & area bersih. <i>Sumber: Traveloka.com, April 2025</i>
	Tempatnya keren best view. cuman kebetulan kami dapat kamar agak keatas gitu jadi untuk orang tua dan yang anak anak banget kayak

	kurang frendly gitu. Yang mau liburan bawa anak dan orang tua mending ambil kamar yang dek lobby aja. Tapi over all penginapannya bagus dengan suasana yang menyenangkan <i>Sumber: agoda , Januari 2025</i>
	Nyaman,kamar bersih, betah berlama lama <i>Sumber: agoda, Maret 2025</i>
	Lokasi sangat baik bagi para pegolf karena adanya lapangan golf di dekatnya. Pemandangan hotelnya bagus, makanannya baik, tetapi interior ruangan perlu beberapa perbaikan. Stafnya sangat membantu dan ramah. Secara keseluruhan merupakan nilai baik untuk uang. <i>Sumber: agoda, Juni 2025</i>

 Choco cute Local Guide · 27 ulasan · 62 foto ★★★★★ 4 bulan lalu Keluarga First time ke nongsa pointt, untuk villanya okee bgtt dan nyaman bangettt, apalagi posisi dekat pantai, jadi mau ke pantainya dekat bgttt. tp dpt kamat yg tidak ada wifi, mshnya jaringan kami susah bgtt(((, overall lainnya oke kak 🥰🥰 Kamar: 5/5 Layanan: 5/5 Lokasi: 5/5 Sorotan hotel Mewah, Pemandangan yang indah	First time ke nongsa pointt, untuk villanya okee banget dan nyamann banget, apalagi posisi dekat pantai, jadi mau ke pantainya dekat banget, tapi dapat kamar yang tidak ada wifi, masalahnya jaringan kami susah banget:(((, over all lainnya oke kakk <i>Sumber: Google Review, Juni 2025</i>
 Michelle Tanuwijaya 5 bulan lalu di Google 5/5 Lokasinya bagus. Kemarin prewed di sini 847rb cuma dapat welcome drink free 6 saja. Ga dpt ruangan khusus untuk make up atau toilet ganti gtu. Dgn byr sgtu complimentary yg di dpt masih krng oke mnrtku	Lokasinya bagus kemarin prewed disini 847rb Cuma dapat welcome drink free 6 saja. Ga dpt ruangan khusus untuk make up atau toilet ganti gtu. dgn bayar segitu complimentary yg di dpt masih kurang oke menurutku <i>Sumber: Google Review, Maret 2025</i>

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana *Online review* berpengaruh terhadap keputusan menginap. Untuk itu peneliti mengangkat judul **“Pengaruh *Online review* Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Nongsa Point Marina dan Resort”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tingkat hunian di Nongsa Point Marina & Resort masih terjadi fluktuasi antara tahun 2024 dan 2025

2. Masih terdapat fasilitas yang perlu di benahi agar lebih fungsional di beberapa *online review*
3. Masih terdapat *review* di *online travel agen* untuk harga yang di tawarkan tidak sesuai dengan fasilitas yang ada
4. Kamar kurang nyaman karena belum kedap suara di beberapa *online review*
5. Masih ada keluhan dari tamu terkait pelayanan di beberapa *online review*

C. Batasan Masalah

Meskipun *Online review* telah menjadi sumber informasi utama bagi calon konsumen dalam memilih hotel, belum terdapat penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh ulasan tersebut terhadap keputusan menginap ke Hotel Nongsa Point Marina & Resort. Belum jelas seberapa besar dampak review positif atau negatif terhadap keputusan menginap.

D. Rumusan Masalah

Dari identifikasi dan batasan masalah yang telah di uraikan, maka perumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh *Online review* di Hotel Nongsa Point Marina & Resort ?
2. Bagaimana keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & Resort ?

3. Sejauhmana pengaruh *Online review* terhadap keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & Resort?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh *Online review* terhadap keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & Resort.

2. Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan *Online review* di Hotel Nongsa Point Marina & Resort
2. Menganalisis keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & Resort
3. Menganalisis bagaimana pengaruh *Online review* terhadap keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & resort.

F. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Bagi Industri Hotel

Bagi pengelola Nongsa Point Marina & Resort dapat digunakan oleh manajemen resort untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan. Dengan memahami bagaimana *Online review* mempengaruhi keputusan pengunjung.

2) Manfaat Bagi Pengunjung

Penelitian ini juga bermanfaat bagi calon pengunjung yang ingin membuat keputusan yang lebih informasi mengenai tempat menginap. Ulasan dari pengunjung sebelumnya dapat memberikan

gambaran yang jelas tentang kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Nongsa Point Marina & Resort.

3) Manfaat Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

- a. Menambah, memperkaya penelitian, dan menjadi referensi untuk Fakultas Pariwisata dan Perhotelan khususnya program studi D4 manajemen perhotelan.
- b. Dapat berguna untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa dan pertimbangan yang akan melakukan penelitian serta menambah khasanah penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya program studi D4 manajemen perhotelan tentang Pengaruh *Online review* Terhadap Keputusan menginap Di Hotel Nongsa Point Marina & Resort.

4) Bagi Penulis

- a. Dapat mengaplikasikan teori yang dapat di perkuliah untuk di praktekkan dalam penelitian.
- b. Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana S.ST

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *Online review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap di Nongsa Point Marina, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Online review* memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & Resort. secara keseluruhan dari 90 responden dikategorikan baik dengan persentase capaian sebesar 67,87%. Artinya, sebelum memutuskan untuk menginap di nongsa point marina & resort calon tamu terlebih dahulu memperhatikan *online review*. Seperti, Ulasan positif yang memuat informasi lengkap, akurat, dan sesuai dengan pengalaman tamu sebelumnya mampu meningkatkan citra hotel serta menarik minat calon tamu. Sebaliknya, ulasan negatif dapat memengaruhi persepsi dan mengurangi minat untuk menginap.
2. Keputusan menginap di Hotel Nongsa Point Marina & Resort secara keseluruhan dari 90 responden dikategorikan cukup dengan persentase capaian sebesar 68,47%. Keputusan menginap dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan, fasilitas yang disediakan, lokasi, serta informasi yang diperoleh calon tamu sebelum melakukan pemesanan. *Online review* menjadi salah satu sumber informasi yang berperan penting dalam membentuk persepsi dan keyakinan calon tamu terhadap

hotel. Calon tamu cenderung memilih untuk menginap apabila informasi yang diterima, baik melalui ulasan daring maupun promosi, sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan citra melalui media daring perlu dilakukan secara konsisten untuk mempertahankan minat dan loyalitas tamu.

3. *Online review* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap yang menunjukkan variabel *Online review* terhadap variabel Keputusan menginap memiliki pengaruh sebesar 73,4%. Sementara itu 26,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Artinya, semakin baik rating, isi ulasan, jumlah ulasan, serta kredibilitas pengulas yang ada di *platform* seperti Traveloka, Agoda, dan Google Review, semakin besar kemungkinan wisatawan memilih untuk menginap di Nongsa Point Marina & Resort. *Online review* dianggap lebih meyakinkan karena berasal dari pengalaman nyata tamu sebelumnya dibandingkan iklan atau promosi dari pihak hotel. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti rating yang tinggi dan konten ulasan yang detail memberikan dorongan besar bagi calon tamu untuk percaya terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, maupun kenyamanan resort. Sebaliknya, ulasan negatif dapat menurunkan minat tamu karena menimbulkan persepsi buruk tentang hotel. Oleh sebab itu, pihak manajemen hotel perlu secara aktif menjaga mutu layanan, merespons ulasan pelanggan dengan cepat, serta mendorong tamu yang puas untuk memberikan

review positif agar dapat meningkatkan citra hotel dan menarik lebih banyak pengunjung.

B. Saran

1. Bagi pihak Hotel Nongsa Point Marina & Resort

Pihak hotel diharapkan dapat mengelola *Online review* secara lebih aktif, seperti merespons ulasan tamu dengan cepat dan profesional, baik untuk ulasan positif maupun negatif, guna membangun citra positif di mata calon tamu.

2. Bagi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan materi dalam pembelajaran kepada mahasiswa/i dalam menambah ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak yang terkait dan juga bisa dijadikan tambahan materi bahan pembelajaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan menginap, seperti harga fasilitas, lokasi, reputasi atau *online review*, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek atau lokasi hotel yang berbeda, baik dengan kelas dan skala yang sama maupun berbeda, agar diperoleh perbandingan yang lebih luas mengenai pengaruh *Online review* terhadap keputusan menginap.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, J., Khaliza, N., Laewang, D., Afsari, A., & Utara, M. S. (2025). The Influence Of Brand Ambassadors And Customer Online reviews On Purchasing. 6(1).
- Anggraeni, N., Hudiyani, & Soewarno. (2024). Analisa Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. Manajemen Organisasi Dan Bisnis, 13.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis (Hlm. 190). Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayuningtyas, U., (2020). Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Citra Merek, Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Layanan Grabfood (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Budiarto, S. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Niat Pemesanan Hotel Konsumen Secara Online (Survei Online pada Pengguna Aplikasi Traveloka). Journal of Indonesia Marketing Association (IMA), 1(1), 2022-09-27.
- Fergian, Y. (2018). Pengaruh Online review Dalam Tripadvisor Terhadap Keputusan Menginap Pengunjung Pada Swiss-Belhotel Borneo Di Samarinda. Diakses Dari <https://ejournal.adbisnis.fisipunmul.ac.id/site>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson

Education.

- Kandampully, J., Zhang, T. (Christina), & Bilgihan, A. (2015). Customer Loyalty: A Review And Future Directions With A Special Focus On The Hospitality Industry. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379–414. <https://doi.org/10.1108/Ijchm-03-2014-0151>
- Li, H., Liu, Y., Tan, C. W., & Hu, F. (2020). Comprehending Customer Satisfaction With Hotels: Data Analysis Of Consumer-Generated Reviews. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1713–1735. <https://doi.org/10.1108/Ijchm-06-2019-0581>
- Mukarramoh, A. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Denpasar. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(6), 1–5.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.
- Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121-125.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(4), 439–450.

- Pentury, L. V., Sugianto, M., & Remiasa, M. (2019). Pengaruh E-Wom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26-35.
- Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh *Online review* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap. *Emas*, 4(12), 3087-3097.
- Park, S., Lee, J. S., & Nicolau, J. L. (2020). Understanding The Dynamics Of The Quality Of Airline Service Attributes: Satisfiers And Dissatisfiers. *Tourism Management*, 81, 104163.
- Prasetiawan, E., Harwani, Y., Permana, D., & Ramli, Y. (2023). Citra Destinasiwisata Suku Baduy Dan Dampaknya Terhadap Kunjungan Wisata Pasca Pandemi Covid-19. 6(April), 10–22.
- Purwanto, P., Aini, Y., Hidayat, H., Arrafiqurrahman, A., & Afrizal, A. (2023). The Effect Of Online Customer Review And Online Customer Rating On The Trust And Interest Of Consumer Purchases. *Jppi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), 993. <https://doi.org/10.29210/020231788>
- Pentury, L. V., Sugianto, M., & Remiasa, M. (2019). Pengaruh E-Wom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26-35.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/Akuntabilitas.V12i2.915>
- Septiyowati, E. A., & Oetomo, H. W. (2017). Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi

- Dan Fasilitas Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Menginap. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 6(9).
- Salsabila, J. R., Suhendra, A., & Mufidah, I. (2022). Usulan Strategi Peningkatan Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Booking Pelanggan Hotel X.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Tim Panduan Penulisan Kti Mahasiswa Fkip Unpas. (2021). *Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Kti) Mahasiswa (Tim (Ed.); V)*. Timseptiyowati, E. A., Sihite, J., Dewi, T. R., & Widyastuti, N. (2020). The Influence Of Nature Of Work And Career Prospect Toward The Tourism Student Social Status. 120(Icmeb 2019), 111–113. <https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.200205.021>
- Stefanus, T. A., & Loisa, R. (2022). Pengaruh Selebgram Endorser, Online Consumer Review, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Brand Byoote). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(6), 600-605.
- Wahyuni, N. M. M., & Suastini, N. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Di Kaamala Resort Ubud. *Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fkip, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia*, 1(1), 157–165. <https://doi.org/10.52352/Jhm.V1i1.1014>
- Yapsani, A., Kristianto, F., Dian Handayati, F., & Rosalina, Y. (2020). Pengaruh Online reviews Terhadap Intensi Pemesanan Hotel Secara Online Di Jakarta. *Perwira - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.21632/Perwira.3.1>