

**PENGARUH *MOBILE HOTEL RESERVATION* TERHADAP
*BEHAVIORAL INTENTION***

(Survei Pada Pengguna Aplikasi Bobobox)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata
pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh

**Rifky Fawwaz Faishal
1908888**

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH *MOBILE HOTEL RESERVATION* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION

(Survei Pada Pengguna Aplikasi Bobobox)

Oleh

Rifky Fawwaz Faishal

190888

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

©Rifky Fawwaz Faishal, 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *MOBILE HOTEL RESERVATION* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION
(Survei Pada Pengguna Aplikasi Bobobox)

Skripsi ini disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Gitasiswhara, SE.Par. MM
NIP.19730510 2008121002

Pembimbing II



Sulastri, S.Pd., M.Stat., MM
NIP.920171219820323201

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata



Taufik Abdullah, PhD.
NIP. 19851024 201404 1 001

Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis



Rifky Fawwaz Faishal
NIM.1908888

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Mobile Hotel Reservation* terhadap *Behavioral Intention*"** (Survei pada pengguna aplikasi Bobobox) ini beserta seluruh isinya adalah benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 24 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan

Rifky Fawwaz Faishal

NIM.190888

ABSTRAK

Rifky Fawwaz Faishal 1908888 “Pengaruh *Mobile Hotel Reservation* terhadap *Behavioral Intention*” (Survei pada pengguna aplikasi Bobobox) di bawah bimbingan Dr.Gitasiswhara, SE.Par.MM dan Sulastri, S.Pd., M.Stat., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *mobile hotel reservation* terhadap *behavioral intention*. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (X) yakni *mobile hotel reservation* yang terdiri dari beberapa sub dimensi yaitu *quality information, helpfulness, security & privacy* dan *price value* serta yang menjadi variabel terikat (Y) adalah *behavioral intention*. Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan *metode explanatory* survei dan menggunakan pendekatan *cross sectional study*. Data dalam penelitian menggunakan data primer dengan pengambilan sampel sebanyak 220 responden yaitu pengguna aplikasi Bobobox. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan bantuan program perhitungan statistik. Dalam penelitian ini *helpfulness* memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan *price value* memperoleh nilai terendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama dan terpisah variabel *mobile hotel reservation* memberikan pengaruh yang signifikan pada *behavioral intention* pengguna aplikasi Bobobox.

Kata Kunci :*Mobile Hotel Reservation, Behavioral Intention, Bobobox*

ABSTRACT

Rifky Fawwaz Faishal 1908888 *"The Influence of Mobile Hotel Reservation on Behavioral Intention"* (Survey on Bobobox application users) under the guidance of Dr. Gitasiswhara, SE.Par.MM and Sulastri, S.Pd., M.Stat., MM

This study aims to determine how the influence of the quality of the mobile hotel reservation on behavioral intention. In this study the independent variable (X) was used, namely mobile hotel reservation which consisted of several sub dimensions, namely information quality, helpfulness, security & privacy and price value and the dependent variable (Y) was behavioral intention. The type of research used is descriptive and verification with an explanatory survey method and uses a cross sectional study approach. The data in this study used primary data by taking a sample of 220 respondents, namely users of the Bobobox application. The data analysis technique used is multiple regression using the help of statistical calculation programs. In this study helpfulness gets the highest rating, while price value gets the lowest score. The results of the study show that together and separately the mobile hotel reservation variables have a significant influence on the behavioral intention of Bobobox application users.

Keywords : Mobile Hotel Reservation, Behavioral Intention, Bobobox

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, karena berkat segala rahmat dan limpahan karunia-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan syarat kelulusan di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yaitu skripsi dengan keadaan yang sehat. Dalam skripsi ini penulis membahas mengenai “Pengaruh *Mobile Hotel Reservation* terhadap *Behavioral Intention*” (Survei Pada Pengguna Aplikasi Bobobox).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran deskriptif mengenai *mobile hotel reservation* dan *behavioral intention* pada aplikasi Bobobox, serta untuk mengetahui pengaruhnya secara simultan dan parsial. Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengundang pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang bersifat membangun agar skripsi ini lebih baik. Penulis berharap agar laporan ini dapat menjadi manfaat dan memberi inspirasi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata khususnya dalam *mobile hotel reservation* dan *behavioral intention*

Bandung, 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat ujian siding sarjana pariwisata pada program studi manajemen pemasaran pariwisata. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan serta motivasi dari berbagai pihak. Atas segala kerendahan hati, dengan penek rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia
2. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Taufik Abdullah, PhD, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. Gitasiswhara, SE.Par.,M.M. selaku Dosen Pembimbing I atas segala kebaikan, saran dan masukan selama bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Sulastri, S.Pd., M.Stat., MM, selaku Dosen Pembimbing II atas segala masukan, dorongan dan arahan dalam memberikan bimbingan dan selalu memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
6. Ibu Prof. Dr. Vanessa Gaffar, S.E.,Ak., M.BA, dosen wali penulis selama 4 tahun menjalani perkuliahan yang selalu berkenan memberikan informasi, saran dan motivasi untuk mencapai target-target di setiap semesternya.
7. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M, Ibu Dr. Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,M.M, Ibu HP. Diyah Setiyorini, M.M, Ibu Dewi Pancawati N, S.Pd., M.M, Bapak Rijal Khaerani, S.Si., M.Stat, dan seluruh dosen juga staf administrasi di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata atas segala ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
8. Papa Joni Rahmat, Mama Dewi Setiasih,, Kakak Anisya Firdha, yang selalu memberikan dukungan, tiada hentinya memberikan kasih sayang, mendukung, memberikan semangat serta tak hentinya mendoakan selama penulis menyusun skripsi ini.

9. Salsha Agniya yang telah menjadi partner 4 tahun di perkuliahan ini, selalu ada di setiap keluh kesah, selalu memberikan bantuan, doa, arahan dan semangat tak henti dari awal perkuliahan sampai sekarang penulis telah menyelesaikan skripsi ini.
10. Muhammad Akmal, Drinanda Ario, Fikri Nugraha, Adli Widya, Raihan Saputra, Thirafy Kamilan, Stephen Satahi, Fadly Nurkarim, Farhan Maulana, Tsabit Zaidul yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
11. Asep Ahmad, Aldiyan Gian, Rowi Maqbul yang selalu menerima keluh kesah dan memberikan kontribusi besar sejak masa sekolah hingga perkuliahan dan sekarang menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut serta membantu penulis

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan balasan dan pahala yang setimpal serta Rahmat-Nya atas segala kebaikan, doa dan perbuatannya, Aamiin.

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Konsep <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i>	13
2.1.2 Konsep <i>Behavioral Intention</i> dalam <i>Consumer Behavior</i>	13
2.1.2.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	16
2.1.2.2 Pengukuran <i>Behavioral Intention</i>	18
2.1.2.3 Model Konsep Variabel <i>Behavioral Intention</i>	19
2.1.3 Kosep <i>Mobile Hotel Reservation</i>	19
2.1.3.1 Definisi <i>Mobile Hotel Reservation</i>	20
2.1.3.2 Pengukuran <i>Mobile Hotel Reservation</i>	22
2.1.3.3 Model <i>Mobile Hotel Reservation</i>	25
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.3 Hipotesis Penelitian	30
BAB III OBJEK METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Objek Penelitian	32

4.1.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Aplikasi Bobobox.....	62
4.2	Gambaran <i>Mobile Hotel Reservation</i> Di Aplikasi Bobobox.....	63
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Quality Information</i> Aplikasi Bobobox	63
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Helpfulness</i> Aplikasi Bobobox ...	65
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Security & Privacy</i> Aplikasi Bobobox	66
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Price Value</i> Aplikasi Bobobox ...	68
4.2.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas <i>Mobile Hotel Reservation</i> di Aplikasi Bobobox.....	70
4.3	Gambaran <i>Behavioral Intention</i> Pengguna Aplikasi Bobobox	72
4.3.1	Tanggapan Pengguna Aplikasi Bobobox Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	72
4.3.2	Rekapitulasi Tanggapan Pengguna terhadap <i>Behavioral Intention</i> pada Aplikasi Bobobox	74
4.4	Pengaruh <i>Mobile Hotel Reservation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna Aplikasi Bobobox	76
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi.....	76
4.4.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	76
4.4.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	77
4.4.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	78
4.4.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	79
4.4.1.5	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	80
4.4.2	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	80
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	82
4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	83
4.4.5	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Kualitas <i>Mobile Hotel Reservation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	84
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.5.1	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Mobile Hotel Reservation</i>	85

4.5.2	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Behavioral Intention</i>	86
4.5.3	Pengaruh Kualitas <i>Mobile Hotel Reservation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	87
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	88
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoretik	88
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	88
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Rekomendasi	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	Definisi <i>Behavioral Intention</i> Menurut Ahli	16
TABEL 2.2	Pengukuran <i>Behavioral Intention</i> Menurut Ahli.....	18
TABEL 2.3	Definisi <i>Mobile Hotel Reservation</i> Menurut Ahli	21
TABEL 2.4	Pengukuran <i>Mobile Hotel Reservation</i> Menurut Beberapa Ahli....	22
TABEL 3.1	Operasional Variabel	33
TABEL 3.2	Jenis dan Sumber Data	37
TABEL 3.3	Hasil Pengujian Validitas	42
TABEL 3.4	Hasil Pengujian Realibilitas	46
TABEL 3.5	Interpretasi Korelasi	52
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia....	58
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	60
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Menggunakan Aplikasi Bobobox Dalam 1 Tahun Kebelakang.....	61
TABEL 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Aplikasi Bobobox.....	62
TABEL 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Aplikasi Bobobox	62
TABEL 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Quality Information</i> Aplikasi Bobobox	63
TABEL 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Helpfulness</i> Aplikasi Bobobox	65
TABEL 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Security & Privacy</i> Aplikasi Bobobox	67
TABEL 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Price Value</i> Aplikasi Bobobox	68
TABEL 4.11	Rekapitulasi Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Mobile Hotel Reservation</i> di Aplikasi Bobobox.....	70
TABEL 4.12	Tanggapan Pengguna Aplikasi Bobobox Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	72

TABEL 4.13	Rekapitulasi Tanggapan Pengguna Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pada Aplikasi Bobobox	74
TABEL 4.14	Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	77
TABEL 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
TABEL 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas	79
TABEL 4.17	Hasil Uji Autokorelasi.....	79
TABEL 4.18	Hasil Uji Asumsi Linearitas	80
TABEL 4.19	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	81
TABEL 4.20	Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	82
TABEL 4.21	Hasil Uji Secara Parsial (Uji T).....	83

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Pengguna Internet di Indonesia.....	3
GAMBAR 1.2	Waktu yang Digunakan Dalam Menggunakan Internet.....	4
GAMBAR 1.3	Persentase Total Populasi yang Memiliki dan Menggunakan Produk atau Jasa.....	4
GAMBAR 1.4	Pengeluaran <i>Online</i> Tahunan untuk Perjalanan dan Pariwisata.....	5
GAMBAR 1.5	Proyeksi Nilai Transaksi <i>Travel Online</i> Tahun 2019-2025 Di Asia Tenggara.....	7
GAMBAR 1.6	<i>Startup</i> Perjalanan & Perhotelan Paling Populer di Indonesia Pada Tahun 2022.....	8
GAMBAR 1.7	Pengguna Aktif Aplikasi Bobobox Bulan Agustus 2022-Juli 2023.....	9
GAMBAR 2.1	Model <i>Consumer Decision-Making</i>	15
GAMBAR 2.2	<i>The Theory of Planned Behavior</i>	19
GAMBAR 2.3	Model <i>Mobile Hotel Reservation</i>	25
GAMBAR 2.4	Kerangka Penelitian Pengaruh <i>Mobile Hotel Reservation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	29
GAMBAR 2.5	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Mobile Hotel Reservation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	30
GAMBAR 3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
GAMBAR 4.1	Logo Bobobox.....	56
GAMBAR 4.2	Garis Kontinum Variabel <i>Mobile Hotel Reservation</i> di Aplikasi Bobobox.....	72
GAMBAR 4.3	Garis Kontinum Variabel <i>Behavioral Intention</i>	76

DAFTAR PUSTAKA

- Abayomi, O. J. , Z. X. , P. X., & Zhao, S. (2020). *How Do Institutional Pressures and behavioral intentions Affect Mobile Services Adoption? Data Base for Advances in Information Systems*, 51(2), 82–100. <https://doi.org/10.1145/3400043.3400049>.
- Ajzen, I. (1991). *THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arifin. (2014a). *Kesiapan guru SD dalam pelaksanaan pembelajaran tematik-integratif pada kurikulum 2013 di DIY*.
- Arifin, Z. (2014b). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. PT Remaja Rosdakarya.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). *Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. Tourism Management*, 31(1), 29–35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>.
- Cooper & Schindler. (2014). *Business Research Methods*.
- Dean, D. , & S. D. (2019). *The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: the role of push–Pull motivation. Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 0(0), 1–11.
- Dian Kristiani Simatupang, E. M. S. D. C. W. (2018). *FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPEENGARUHI NIAT TURNOVER JOB HOPPER DI INDUSTRI PERHOTELAN DI INDONESIA*.
- Foroughi, B. , N. D. , H. S. S. , & I. M. (2016). *Impact of core product quality on sport fans' emotions and behavioral intentions. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(2), 110–129.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Analysis using interdependence technique: Grouping data with cluster analysis. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 505–564.
- Haji, S. A., Surachman, S., Ratnawati, K., & MintartiRahayu, M. (2021). The effect of experience quality, perceived value, happiness and tourist satisfaction on *behavioral intention. Management Science Letters*, 11, 1023–1032. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.040>
- HY Wang. (2010). *An Empirical Investigation to Examine User Acceptance of mobile hotel reservation*.
- Jeong, Y. , K. S. K., & Yu, J. G. (2019). *Determinants of behavioral intentions in the context of sport tourism with the aim of sustaining sporting destinations. Sustainability (Switzerland)*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/su11113073>.
- JJ Kim. (2021). *mobile hotel reservation and Customer Behavior: Channel Familiarity and Channel Type*.
- Khan, N., & Kadir, S. L. S. a. (2011). The impact of perceived value dimension on satisfaction and behavior intention : Young-adult consumers in banking industry. *African Journal of Business Management*, 5(11), 4087–4099. <https://doi.org/10.5897/AJBM09.237>

- Kilty, K. M. (1978). *Attitudinal and normative variables as predictors of drinking behavior. Journal of Studies on Alcohol*, 39(7), 1178–1194. <https://doi.org/10.15288/jsa.1978.39.1178>.
- Kimmerle, J. , B. M., & Cress, U. (2017). “Scientific evidence is very important for me”: *The impact of behavioral intention and the wording of user inquiries on replies and recommendations in a health-related online forum. Computers in Human Behavior*, 73, 320–327. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.064>.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism, Global Edition. In Pearson*.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016a). *Effects of sustainability on WoM intention and revisit intention, with environmental awareness as a moderator*.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016b). *Effects of sustainability on WoM intention and revisit intention, with environmental awareness as a moderator*.
- L Kang, & HY Wang. (2011). *Factors Affecting Adoption of Mobile Reservation for Hotel Rooms: A Conceptual Framework*.
- Line, N. D. , & R. R. C. (2012). *Hospitality marketing research: Recent trends and future directions. International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 477–488.
- Malhotra. (2015a). *Promoting an open research culture*.
- Malhotra, N. K. (2014). *Basic Marketing Research (Fourth Ed)*.
- Malhotra, N. K. (2015b). *Essentials of Marketing Research (Global Ed)*. Pearson Education Limited.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. S. (2013). *Marketing Research : An Applied Approach*.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017a). *Marketing Research an Applied Approach Fifth Edition. In The Marketing Book: Seventh Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017b). *Marketing Research an Applied Approach Fifth Edition. In The Marketing Book: Seventh Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- McDaniel & Gates. (2015). *Marketing Research*.
- Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, D. F. Birks. (2017). *Marketing research: an applied approach*. Pearson Education Limited.
- Ngan Dao. (2019). *Customer’s Adoption Intention of Hotel X’s Mobile Reservation Application*.
- Nisfiannoor, M. (2009a). *Pendekatan statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Penerbit Salemba.
- Nisfiannoor, M. (2009b). *Pendekatan statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Penerbit Salemba.
- Nofadhila, A. , P. A. , & S. E. (2018). *The Consumer Acceptance Of Traveloka Mobile App Affects behavioral intention: Analyzing 7 Factors Of Modified Utaut2 (Study Case In Indonesia). E-Proceeding of Management*, 5(1), 874–883.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017a). *Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian*.

- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017b). *Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian*.
- Nusairat, N. M. ., (2021). *Determinants of behavioral intentions to use mobile healthcare applications in Jordan*. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 547–556. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.013>.
- Nusairat, N. M., & Eid, M. A. H. (2020). *The effect of design of restaurant on customer behavioral intentions*. *Management Science Letters*, 10(9), 1929–1938. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.021>.
- Peter C. Verhoef, W. J. R. and M. K., Verhoef, Werner J. Reinartz, & Manfred Krafft. (2010). *Customer Engagement as a New Perspective in Customer Management*.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding *behavioral intentions*. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(2), 118–127. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.05.001>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ZIFATAMA.
- Pujiastuti, E. E. , N. (2017). *The antecedents of behavioral intention regarding rural tourism destination*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1169–1181. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1377270>.
- Rather, R. A., Tehseen, S., Itoo, M. H., & Parrey, S. H. (2019). Customer brand identification, affective commitment, customer satisfaction, and brand trust as antecedents of customer *behavioral intention* of loyalty: An empirical study in the hospitality sector. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 29(2), 196–217. <https://doi.org/10.1080/21639159.2019.1577694>
- Ratnasari, R. T., Gunawan, S., Mawardi, I., & Kirana, K. C. (2020). Emotional experience on *behavioral intention* for halal tourism. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0256>
- Riduwan, & Sunarto. (2017). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi*. Alfabeta.
- Rigg, J. , D. J. , A. H. , N. P. , & D. M. T. (2013). *Journal of Hospitality and Tourism*. 18(2), 1–8.
- Robinson, R. S. (2014). Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. In *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5>
- Sandu Siyoto, M. A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior 12th Edition*. In Pearson (Vol. 53, Issue 9).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016a). *Research Methods for Business*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016b). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sheldon, P. J. (1983). *The impact of technology on the hotel industry*. *Tourism Management*, 4(4), 269–278. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(83\)90005-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(83)90005-5).
- Sinambela, Prof. Dr. L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.

- Teng, C.-C. , C. L. A. C., & Huang, T.-T. (2018). *Drivers of consumers' behavioral intention toward green hotels. International Journal of Contemporary Hospitality Management.*
- Theses, H., & Farren, K. M. (2018). *University of New Hampshire Scholars ' Repository Sports Celebrity Influence on the behavioral intentions of Generation Z Sports Celebrity Influence on the behavioral intentions of Generation Z Undergraduate Honors Thesis Fall 2017.*
- Ting, Y.-S., & Hsu, Y.-L. (2013). *Global Hotel Reservation Trends in Terms of Mobile App Application via Smartphone. Journal of Travel & Tourism Marketing, 30(2), 28.* <https://pdfs.semanticscholar.org/843a/1ecbbd45ecf94dd9b4ebf5b60079d21a4bb3.pdf>.
- Yen, C. H., Chen, C. Y., Cheng, J. C., & Teng, H. Y. (2018). Brand Attachment, Tour Leader Attachment, and *behavioral intentions* of Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 42(3), 365–391.* <https://doi.org/10.1177/1096348015584438>
- Yoo, M. , L. S. , & B. B. (2011). *Hospitality marketing research from 2000 to 2009: Topics, methods, and trends. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 23(4), 517–532.*
- Yoo, S. W. , K. J., & Lee, Y. (2016). *The Effect of Health Beliefs, Media Perceptions, and Communicative Behaviors on Health behavioral intention: An Integrated Health Campaign Model on Social Media. Health Communication, 33(1), 32–40.* <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1242033>.
- Yu, Y. , L. J. T. F. , L. M. M. C. , W. M. C. S. , & C. P. K. S. (2022). *Understanding the Prevalence and Associated Factors of behavioral intention of COVID-19 Vaccination Under Specific Scenarios Combining Effectiveness, Safety, and Cost in the Hong Kong Chinese General Population. International Journal of Health Policy and Management, 11(7), 1090–1101.* <https://doi.org/10.34172/ijhpm.2021.02>.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan - Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. - Google Books. In Prenada Media.*