

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* RESORT TERHADAP
MINAT PEMESANAN KAMAR**

SKRIPSI

disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Pariwisata

Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Oleh:

Jamal Kamalludin

1601869

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* RESORT TERHADAP
MINAT PEMESANAN KAMAR**

Oleh
Jamal Kamalludin

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Jamal Kamalludin 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Jamal Kamalludin

1601869

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* RESORT TERHADAP
MINAT PEMESANAN KAMAR**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM.

NIP. 19810522 201012 1 006

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM.

NIP. 19810522 201012 1 006

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Website Resort Terhadap Minat Pemesanan Kamar**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiat dari hasil karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2020

Jamal Kamalludin

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis panjatkan segala puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa juga, Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabat, serta seluruh umat yang setia mengikutinya hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Website Resort Terhadap Minat Pemesanan Kamar”**” diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang S1 di Program Studi Manajemen Resort & Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa selama perkuliahan hingga saat menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, motivasi, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Maka dalam kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Asep Sulaeman dan Ibu Siti Kurniati yang tiada hentinya memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan kepada penulis. Terima kasih telah dengan sabar dan ikhlas merawat dan membiayai penulis sebagai orang tua sampai saat ini. Terima kasih telah menjadi sosok orang tua yang kuat dan menjadi orang tua terbaik bagi penulis
2. Bapak Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Resort dan Leisure sekaligus dosen yang membimbing penulis selama mengerjakan proposal skripsi. Terima kasih atas segala kesabaran dan keikhlasannya memberikan ilmu selama penulis berada di MRL.
3. Seluruh dosen pengajar dan staf Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman yang berguna untuk penulis selama perkuliahan.
4. Seluruh teman-teman MRL angkatan 2016 dengan segala cerita dan pengalaman yang sudah dilalui bersama. Keceriaan yang hadir disetiap perjalanan praktik dan pengalaman menyenangkan lainnya akan menjadi pengalaman berkesan dan tak terlupakan.
5. Terima kasih kepada teman-teman dekat saya Rahadian Rama, Fajar Dwi Agustian, Lutfi Yusuf, Yoga Ramdani, Wildan Kurnia Ramadhan, Andrian, Nur Achmad, M.Nur Ali Darajat, Valdi Nadif, Akbar M. Firqal, Naomi Kamal Gusman, Fadil Rais, Naufalika

Anggi, dan Nurul Hasanah. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu ada dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.

6. Rekan-rekan DPM KM MRL periode 2018 – 2019 yang telah memberikan kesempatan, pengetahuan, serta pengalaman bagi penulis dalam berorganisasi.
7. Rena Tresnawati yang dengan tulus menemani penulis selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih atas saran, masukan, dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga selalu diberikan kebahagiaan, kemudahan, rahmat, karunia, serta dilancarkan dalam segala urusan oleh Allah SWT.
9. Seluruh orang-orang baik yang membantu dan kebersamai penulis dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini baik dari awal pembuatan hingga akhir proses penelitian ini.

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* RESORT TERHADAP MINAT PEMESANAN KAMAR

ABSTRAK

Jamal Kamalludin

1601869

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas *website* resort terhadap minat pemesanan kamar. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui fitur *direct message* di Instagram, Line, Facebook dan WhatsApp dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner ditujukan kepada 212 responden sebagai calon tamu yang akan memesan kamar melalui *website* resort. Proses analisis data menggunakan metode analisis regresi linear sederhana (*IBM SPSS Statistics 20*) dengan variabel kualitas *website* resort sebagai variabel independen dan variabel minat pemesanan kamar sebagai variabel dependen. Melalui pengembangan teori terdahulu dan pengujian antar variabel penelitian menunjukkan bahwa kualitas *website* resort secara signifikan berpengaruh terhadap minat pemesanan kamar. Selanjutnya, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap literatur kualitas *website* resort dan juga dapat menjadi acuan bagi para pelaku usaha resort dalam memahami kebutuhan pelanggan.

Kata kunci: kualitas *website* resort, minat pemesanan kamar, resort

THE INFLUENCES OF WEBSITE RESORT QUALITY ON ONLINE BOOKING INTENTION

ABSTRACT

Jamal Kamalludin

1601869

This study aims to examine the effect of the quality of the resort website on online booking intention. The questionnaire was distributed through the direct message feature on Instagram, Line, Facebook and WhatsApp with an accidental sampling technique. The questionnaire was addressed to 212 potential guests who will book rooms through the resort's website. The data analysis process used simple linear regression analysis method (IBM SPSS Statistics 20) with the resort website quality variable as the independent variable and the online booking intentions variable as the dependent variable. Through the development of previous theories and testing between variables, it shows that the quality of the website significantly influences the online booking intentions. Furthermore, this study can contribute to the resort website literature and can also be a reference for resort business actors in understanding customer needs.

Keywords: resort website quality, online booking intentions, resort

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	3
PERNYATAAN ORISINALITAS	4
UCAPAN TERIMA KASIH	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Kualitas <i>Website</i> Resort	Error! Bookmark not defined.
B. Minat Pemesanan Kamar	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Jenis dan Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
G. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.

I.	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1.	Analisis Data Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
2.	Analisis Data Verifikatif.....	Error! Bookmark not defined.
3.	<i>Method of Success Interval</i> (MSI)	Error! Bookmark not defined.
4.	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
5.	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	Error! Bookmark not defined.
6.	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
7.	Uji Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Profil dan Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
C.	Kualitas <i>Website Resort</i>	Error! Bookmark not defined.
D.	Minat Pemesanan melalui <i>Website Resort</i>	Error! Bookmark not defined.
E.	Pengaruh <i>Website Resort</i> Terhadap Minat Pemesanan Kamar	Error! Bookmark not defined.
F.	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
A.	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C.	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		14
LAMPIRAN		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 4.1 Halaman Depan <i>Website</i> Dusun Bambu	23
Gambar 4.2 Peta Navigasi <i>Website</i> Dusun Bambu Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.3 Virtual Tur 360 <i>Website</i> Dusun Bambu Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.4 Reservasi pada <i>Website</i> Dusun Bambu Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.5 Ulasan Tamu <i>Website</i> Dusun Bambu.....	25
Gambar 4.6 Kontak pada <i>Website</i> Dusun Bambu.....	26
Gambar 4.7 Halaman Depan <i>Website</i> Green Forest	26
Gambar 4.8 Reservasi <i>Website</i> Green Forest..... Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.9 Paket Aktivitas <i>Website</i> Green Forest Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.10 Program Loyalti pada <i>Website</i> Green Forest Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.11 Kontak <i>Website</i> Green Forest	28
Gambar 4.12 <i>Website</i> Resort Yang di Pilih Responden	29
Gambar 4.13 Jenis Kelamin.....	30
Gambar 4.14 Usia	30
Gambar 4.15 Asal Daerah.....	31
Gambar 4.16 Pendidikan Terakhir	32
Gambar 4.17 Pekerjaan.....	32
Gambar 4.18 Penghasilan	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Pemesanan Kamar Secara <i>Online</i> dan <i>Offline</i> di Indonesia	2
Tabel 3.1. Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Faktor Website Resort	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Faktor Pengambilan Minat Pemesanan Kamar.....	18
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	19
Tabel 3.5 Koefisien Determinasi	22
Tabel 4.1 Tanggapan Responden berdasarkan Indikator Kegunaan Mengenai Website Resort	34
Tabel 4.2 Tanggapan Responden berdasarkan Indikator Fungsionalitas Website Resort	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Tanggapan Responden berdasarkan Indikator Keamanan dan Privasi Website Resort	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden terkait Kualitas Website Resort	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Tanggapan Responden berdasarkan Faktor Minat Pemesanan Kamar melalui Website Resort	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Hasil Uji T	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Riwayat Hidup Penulis.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Jayarama, Shariff, Bahari, & Nor. (2016). The Effects of Perceived Interactivity, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Online Hotel Booking Intention: A Conceptual Framework. *International Academic Reserach Journal of Social Science*.
- Ahn, T., Ryu, S. and Han, I. (2007). The impact of web quality and playfulness on user acceptance of online retailing. *Information Management*.
- Ali, F., Amin, M. and Ryu, K. (2015). The role of physical environment, price perceptions, and consumption emotions in developing customer satisfaction in Chinese resort hotels. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*.
- Aliaga, M., & Gunderson, B. (2002). *Interactive Statistics*. Sage.
- Amaro, S., & Duarte, P. (2015). “An integrative model of consumers’ intentions to purchase travel online”. *Tourism Management*, 46, 64–79.
- Au Yeung, T., & Law, R. (2004). Extending the modified heuristic usability evaluation technique to chain and independent hotel websites. *International Journal of Hospitality Management*, 23(3), 307–313.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Tingkat Penghunian Kamar Hotel Jawa Barat 2019. [Online]. diakses dari: <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/770/tingkat-penghunian-kamar-hotel--jawa-barat-desember-2019-sebesar-54-82-persen.html>.
- Bai, B., Law, R., & Wen, I. (2008). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: evidence from Chinese online visitors. *International Journal of Hospitality Management* 2, 27(3), 391–402.
- Bai, B., Wi, C., & Jang, S. (2006). Examining e-relationship marketing feature on hotel websites. *Journal of Travel & Tour Marketing Management*, 21(2/3), 33–48.
- Barat, B. P. S. P. J. (2015). *Luas Wilayah Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2016*.
- Barat, P. P. J. (2017). *Kondisi Geografis*.
- Brown, M., Pope, N., & Voges, K. (2003). Buying or browsing? An exploration of shopping orientations and online purchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1666–1684.
- Buttle, F. and Bok, B. (1996). Hotel marketing strategy and the theory of reasoned action.

International Journal of Contemporary Hospitality Management.

- Chandon, P., Morwitz, V. ., & Reinartz, W. . (2005). Do intentions really predict behavior? Self-generated validity effects in survey research. *Journal of Marketing*, 69(2), 1–14.
- Chang, H. ., & Chen, S. . (2008). The impact of online store environment cues on purchase intention: trust and perceived risk as a mediator. *Online Information Review*, 32(6), 818–841.
- Collins, G., Cobanoglu, C., & Bilgihan, A. (2013). *Hospitality Information Technology: Learning How to Use It*. Kendall Hunt Publishing.
- Chung, T., Law, R., (2003). Developing a performance indicator for hotel websites. *International Journal of Hospitality Management*
- Dabas, S. & Manaktola, K. (2007). Managing reservations through online distribution channels: An insight into mid-segment hotels in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Day, G. . (1996). A two dimensional concept of brand loyalty. *Journal of Advertising Research*, 9(3), 29–35.
- Dusun Bambu. (2020). Website Dusun Bambu. [Online]. diakses dari: <https://dusunbambu.id/>
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs. NY: Prentice Hall.
- Gan, L., Sim, C. ., Tan, H. ., & Tan, J. (2006). Online relationship marketing by Singapore hotel websites. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(3/4), 1–18.
- Golmohammadi, A. ., Jahandideh, B., & Gorman, K. D. O. (2012). Booking online or not: a decision rule approach. *Tourism Management Perspective*, 1(2/3), 85–88.
- Green Forest. (2020). Website Green Forest. [Online]. diakses dari: <https://thegreenforestresort.co.id/>
- Hsu, C., Chang, K. and Chen, M.C. (2012). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information Systems and e-Business Management*.
- Husaini, Usman, & Akbar, P. S. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. PT. Bumi Aksara.
- Jarvenpaa, S. ., Tractinsky, J., & Vitale, M. (2000). Consumer trust in an Internet store. *Information Technology Management*, 1(1–2), 45–71.
- Jeong, M., Oh, M., & Gregoire, M. (2003). Conceptualizing web site quality and its consequences

- in the lodging industry. *International Journal of Hospitality Management*, 22(2), 161–175.
- Kalwani, M. ., & Silk, A. . (1982). On the reliability and predictive validity of purchase intention measures. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 3(1), 243–285.
- Law R. (2005) Fuzzy Evaluation of Hotel Websites. dalam : Li X., Wang S., Dong Z.Y. (eds) *Advanced Data Mining and Applications*.
- Law, R., & Hsu, C. . (2006). Importance of hotel website dimensions and attributes: perceptions of online browsers and online purchasers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 295–312.
- Law, R., & Leung, R. (2000). A Study of Airlines' Online Reservation Services on the Internet. *Journal of Travel Research*.
- Li, X., Wang, Y., & Yu, Y. (2015). Present and future hotel website marketing activities: Change propensity analysis. *International Journal of Hospitality Management*.
- MacKay, K., & Vogt, C. (2012). Information technology in everyday and vacation contexts. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1280–1401.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Pavlou, P. . (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69–103.
- Pavlou, P. ., Liang, H., & Xue, Y. (2007). Understanding and mitigate uncertainty in online exchange relationships: a principal agent perspective. *Management Information System Quarterly*, 31(1), 105–136.
- Ratnasingam, P. (2012). Customer's trust indicators in the online hotel booking decision, *International Journal of Business, Humanities and Technology*.
- Riduwan. (2006). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta.
- Ryu, K., Lee, H. and Kim, W. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Savitri & Kerti. (2012). *E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking*. Jurnal Keuangan dan Perbankan.
- Schmidt, S., Cantalops, A. ., Santo, D., & C.P. (2008). The characteristics of hotel websites and

- their implications for website effectiveness. *International Journal of Hospitality Management*, 27(4), 504–516.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley and Sons, Inc.
- Statista. (2020). Data Nilai Pemesanan Kamar Secara Online di Indonesia. [Online]. diakses dari <https://www.statista.com/outlook/267/120/hotels/indonesia#market-revenue>.
- Sugiyono. (2001). *Statistika untuk Penelitian* (Alfabeta (ed.)).
- Sugiyono. (2006). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sultan, F., Urban, G., Shankar, V., & Bart, Y. (n.d.). *Determinants and role of trust in e-business: a large scale empirical study*. Retrieved August 1, 2020, from <http://ssrn.com/abstract=380404>
- Tan, C. (2015). The Impact of Hotel Website Quality on Customer Reservation. *UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones*. 2600.
- Tripadvisor. (2020). Resort Terpopuler Kabupaten Bandung Barat. [Online]. diakses dari: https://www.tripadvisor.com/HotelsNear-g297704-d19712345-zff8-H2O_Event_Organizer-Bandung_West_Java_Java.html
- Tse, T. . (2013). The marketing role of the Internet in launching a hotel: the case of hotel ICON. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(8), 895–908.
- Wang, L., Law, R., Guillet, B. D., Hung, K., & Fong, D. K. C. (2015). Impact of hotel website quality on online booking intentions: eTrustas a mediator. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 108–115.
- Wu, S. (2003). The relationship between consumer characteristics and attitude toward online shopping. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Zeithaml, V. ., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.