

**PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW*, *PRICE DISCOUNT*, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI PADA
APLIKASI *BOOKING HOTEL ONLINE OYO***

SKRIPSI



Nama : Indah Ayu Lestari

NIM : 43119010338

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2023

**PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW*, *PRICE DISCOUNT*, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI PADA
APLIKASI *BOOKING HOTEL ONLINE OYO***

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Indah Ayu Lestari

NIM : 43119010338

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PENYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Ayu Lestari

NIM : 43119010338

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Desember 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



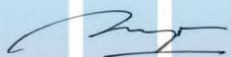
Indah Ayu Lestari
NIM: 43119010338

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indah Ayu Lestari
NIM : 43119010338
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Online Consumer Review, Price Discount,
Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi
Booking Hotel Online OYO
Tanggal Sidang : 11 Mei 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing


Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Manajemen

LPTA 05232425



Please Scan QRCode
to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan rahmat dan hidayah-Nyasehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online Consumer Review, Price Discount, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Booking Hotel Online OYO*”** dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Terimakasih kepada Dr. Ir. H Sonny Indrajaya, MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dari awal hingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan *support* dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Ir. H. Sonny Indrajaya, MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan serta memberi

motivasi selama penyusunan skripsi.

5. Harefaan Arief, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
6. Teristimewa Kedua Orang tua tercinta Papa Rico dan Mama Messa serta keluarga yang selalu memberikan doa terutama Bude Entin dan Aa Ozan, terimakasih atas dorongan serta inspirasi dan semua dukungan baik moral maupun finansial.
7. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2019 Universitas Mercu Buana.
9. Teman-temanku sejak semester 1 yang banyak membantu bernama Erika, Rahma, dan Feri yang selalu memberikan motivasi serta saran dan masukan.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidaklah sempurna dan tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Akhirnya penulis berharap apa yang terkandung di dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 20 Desember 2022



Indah Ayu Lestari
NIM 43119010338

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian.....	14
1. Kontribusi Praktisi.....	14
2. Kontribusi Teoritis.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Manajemen Pemasaran	16
2. Pemasaran Digital.....	17
3. <i>Online Consumer Review</i> (OCR)	20
4. <i>Price Discount</i>	21
a. Pengertian <i>Price Discount</i>	21
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Price Discount</i>	22
c. Dimensi Dan Indikator <i>Price Discount</i>	22
5. Lokasi	24
a. Pengertian Lokasi	24

b.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	25
c.	Dimensi dan Indikator Lokasi	27
6.	Minat Beli	28
a.	Pengertian Minat Beli	28
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	28
c.	Dimensi dan Indikator Minat Beli	30
7.	Penelitian Terdahulu.....	31
	Sumber: Data Diolah Penulis (2022).....	38
B.	Pengembangan Hipotesis Dan Rerangka Penelitian	38
1.	Pengembangan Hipotesis.....	38
C.	Rerangka Pemikiran.....	41
BAB III	METODE PENELITIAN	42
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
B.	Desain Penelitian.....	42
C.	Definisi Operasional Variabel	43
1.	Variabel Independen.....	44
2.	Variabel Terikat (<i>Dependent variable</i>).....	45
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	47
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
1.	Populasi	48
2.	Sampel	49
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
G.	Metode Analisis Data.....	50
1.	Analisis Deskriptif.....	50
2.	Uji Instrumen.....	51
3.	Analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>)	52
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
B.	Statistik Deskriptif	57
1.	Karakteristik Responden.....	57
2.	Deskripsi Variabel	60

a.	Variabel <i>Online Consumer Review</i>	60
b.	Variabel <i>Price Discount</i>	61
c.	Variabel Lokasi.....	62
d.	Variabel Minat Beli	63
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i>	64
1.	Hasil Pengujian Measurement (Outer Model).....	65
2.	Hasil Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	72
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	76
1.	Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> terhadap Minat Beli (H1).....	76
2.	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Minat Beli (H2)	78
3.	Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli (H3).....	79
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	81
A.	Simpulan.....	81
B.	Saran	81
1.	Saran untuk PT. <i>OYO Rooms</i> Indonesia	82
2.	Saran untuk peneliti selanjutnya.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Jumlah VHO (Virtual Hotel Operator)	2
1. 2	Jumlah Pemesan Melalui <i>Online Booking</i> Di Indonesia	3
1. 3	PRA SURVEI	10
2. 1	Penelitian Terdahulu	31
3. 1	Operasionalisasi Variabel Tabel <i>Online Consumer Review</i>	45
3. 2	Operasionalisasi Variabel <i>Price Discount</i>	46
3. 3	Operasionalisasi Variabel Lokasi	46
3. 4	Operasionalisasi Variabel Minat Beli	47
3. 5	Instrument Skala Likert	48
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan	58
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4. 5	Hasil Deskripsi Variabel <i>Online Consumer Review</i>	60
4. 6	Hasil Deskripsi Variabel <i>Price Discount</i>	62
4. 7	Hasil Deskripsi Variabel Lokasi	63
4. 8	Hasil Deskripsi Variabel Minat Beli	63
4. 9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	66
4. 10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	68
4. 11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Criterion</i>)	69
4. 12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	70
4. 13	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	71
4. 14	Hasil Pengujian <i>Composite Reability</i>	71
4. 15	Nilai Variabel Endogen	72
4. 16	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i>	73
4. 17	Hasil Pengujian Hipotesis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Data Properti VHO di Indonesia	5
1. 2	Rangking Penyedia Aplikasi Hotel	6
1. 3	Rating Buruk Pelanggan OYO Rooms Pada Aplikasi Dan	8
1. 4	Rating Buruk Aplikasi OYO Rooms Pada App Store	9
2. 1	Rerangka Pemikiran	41
4. 1	Hasil Pengujian Convergent Validity	66
4. 2	Hasi Uji <i>Bootstraping</i>	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner	95
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner	97
Lampiran 4 : Hasil Output SEM-PLS 3.0	110

