

SKRIPSI

**PENGARUH PEMESANAN KAMAR BERBASIS *ONLINE* TERHADAP
MINAT BELI MASYARAKAT YOGYAKARTA**



Oleh :

ANISAH FARRAS SAFITRI

NO. MHS : 316200303

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2017

SKRIPSI

**PENGARUH PEMESANAN KAMAR BERBASIS *ONLINE* TERHADAP
MINAT BELI MASYARAKAT YOGYAKARTA**



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sain Terapan D IV**

Oleh :

ANISAH FARRAS SAFITRI

NO. MHS : 316200303

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2017

SKRIPSI

**PENGARUH PEMESANAN KAMAR BERBASIS *ONLINE* TERHADAP
MINAT BELI MASYARAKAT YOGYAKARTA**



Oleh :

ANISAH FARRAS SAFITRI

NO. MHS : 316200303

Telah disetujui Oleh :

Pembimbing I

Drs. Santosa, MM.

NIDN. 0519045901

Pembimbing II

Yudi Setiaji, SH MM.

NIDN. 0508066401

Mengetahui

Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos.,S ST, MM.

NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN
PENGARUH PEMESANAN KAMAR BERBASIS *ONLINE* TERHADAP
MINAT BELI MASYARAKAT YOGYAKARTA
SKRIPSI



Penguji : Prihatno, Drs, MM (.....)
NIDN. 0526125901

Pembimbing I : Drs. Santosa, MM (.....)
NIDN. 0519045901

Pembimbing II : Yudi Setiaji, SH MM (.....)
NIDN. 0508066401

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Prihatno, Drs, MM

NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisah Farras Safitri

NIM : 316200303

Program Studi : D IV Administrasi Hotel

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pemesanan Kamar Berbasis Online
Terhadap Minat Beli Masyarakat Yogyakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pernah ditulis atau diterbitkan orang lain. Kecuali diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 28 September 2017

Anisah Farras Safitri

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”.

(Q.S Al Insyirah 94: 5-8)

大切なものは正直です。どこでもいから。

(Penulis)

The Only way to do great work, is to love what you do

(Steve Jobs; CEO and co-founder of Apple Inc)

Manusia tak selamanya benar dan tak selamanya salah, kecuali ia yang selalu mengoreksi diri dan membenarkan kebenaran orang lain atas kekeliruan diri sendiri

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur tetap terucap kepada-Mu Ya Allah tiada Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan Rahmat dan Berkah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, semua ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua dan keluarga saya, terutama Ibu dan Bapak tercinta yang telah memberikan dukungan moril, motivasi, materi, dan doa yang tanpa henti sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih atas segala sesuatu yang sudah diberikan untuk saya.
2. Sepupu dan Adik-adik tersayang & tercinta, Khory Oktaviani Y, Gilang Satria U, Hanifah Fadhilah, Nila Khoirunisa, yang terus memberikan dukungan dan doa agar skripsi ini selesai dengan lancar.
3. Kepada teman-teman saya, Widya Pertiwi, Mariany, lalu kepada Kakak Ipar a.k.a 'Bunda', terima kasih banyak kepada kalian yang membantu memberikan solusi ketika kesulitan, kerusuhan (pemecahan solusi) dalam mengerjakan skripsi selama ini.
4. Kepada keponakan-keponakan ku yang tersayang, M. Fatih Sayadat R, Nadia Safwah R, yang selalu mengganggu memberikan kebahagiaan kepada saya dikala kepenatan dan kejenuhan dalam mengerjakan skripsi sehingga kembali bersemangat dengan percakapan rindu dan cerita lucu khas anak kecil yang polos.
5. Kepada rekan-rekan seangkatan ADH – Studi Lanjut 2016.Semangat!

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur yang terdalam penulis mengucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Karena dengan segala Rahmat dan Berkah-Nya maka penulis diberi kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul :

“PENGARUH PEMESANAN KAMAR BERBASIS ONLINE TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT YOGYAKARTA”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih dan penghargaan dan penghargaan setinggi – tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Santosa M.M selaku pembimbing utama yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan, dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M selaku pembimbing pendamping yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan, pengarahan, dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Prihatno, Drs. MMsekalu dosen penguji utama & Ketua Sekolah Tinggi STP AMPTA Yogyakarta

4. Bapak Hermawan Prasetyanto S.Sos, S.ST, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Administrasi Hotel STP AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Kepala Desa Caturtunggal selaku ketua organisasi Desa Caturtunggal, Depok-Sleman yang telah sukarela dan ikhlas memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian
6. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi kuesioner penelitian
7. Terima kasih kepada keluarga, sahabat, rekan kerja (*batch 1 'Ruang Keramat'*) yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, baik berupa ide maupun tenaga. Serta terima kasih kepada seluruh rekan-rekan ADH-SL 2016.

Akhir kata Penulis berharap hasil penulisan penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembang Ilmu Pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pihak untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 28 September 2017

Anisah Farras Safitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TIJAUAN PUSTAKAAN	6
A. Landasan Teori	6
1. Minat Beli	6
2. Masyarakat	9
3. Media Online	10
4. <i>E-Commerce</i>	14
B. Kerangka Pemikiran	23
C. Penelitian Terdahulu	23
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
Lokasi & Waktu Penelitian	25

B. Populasi dan Sampel	26
C. Variabel dan Indikator	28
D. Metode Pengumpulan data	29
1. Jenis Instrumen Penelitian	29
2. Uji Kelayakan Instrumen	31
E. Metode Analisis Data	33
1. Jenis Metode Analisis	33
2. Uji Hipotesis	33
a) Regresi Linier Berganda	33
b) Uji F (Pengujian Secara Simultan)	34
c) Uji T (Pengujian Secara Parsial)	35
d) Uji R^2 (Analisis Koefisien determinasi)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Gambaran Umum Kawasan Babarsari	38
B. Uji Kelayakan Instrumen	40
C. Uji Kelayakan Variabel	43
D. Karakteristik Responden	44
E. Hasil Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif	47
2. Analisis Regresi Linier Berganda	55
a. Koefisien Determinasi (R^2)	55
b. Uji F	56
c. Uji t	57
d. Pengaruh Dominan Variabel Bebas	60
F. Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert Kuesioner

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Traveloka

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Booking.com

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Agoda

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel PegiPegi

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli

**Tabel 4.6 Pedoman Untuk Memberikan Hasil Interpretasi Terhadap
Koefisien Korelasi**

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

**Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat
Pendidikan**

Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.12 Kategori Rerata Skor

Tabel 4.13 Rerata Skor dan Kategori Variabel Penelitian

**Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Rerata Skor
Variable Traveloka**

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Rerata Skor

Variable Booking.com

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Rerata Skor

Variable Agoda

Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Rerata Skor

Variable PegiPegi

Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Rerata Skor

Variable Minat Beli

Tabel 4.19 Koefisien Determinasi

Tabel 4.20 Hasil Uji F (ANOVA)

Tabel 4.21 Koefisien Regresi Dalam Uji T

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Hal. 23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Uji Instrumen

Lampiran 4 Analisis Deskriptif

Lampiran 5 Analisis Regresi linier Berganda

Lampiran 6 Lembar Bimbingan

Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 8 Sertifikat On The Job Training

Lampiran 9 Tabel Distribusi T, Tabel Distribusi F , & Tabel Distribusi R^2

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh apakah pemesanan kamar berbasis *online* terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta. Untuk mengetahui variabel bebas yang paling dominan (Traveloka X_1 , Booking.com X_2 , Agoda X_3 , PegiPegi X_4) terhadap variabel terikat (Minat Beli). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan kuesioner. Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, digunakan sampel sebanyak 50 orang. Dimana keseluruhan responden merupakan setengah dari populasi yang diberi kesempatan yang sama menjadi anggota sampel. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian adalah uji validitas, uji reliabilitas dan data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi liner berganda, untuk mengetahui pengaruh pemesanan kamar berbasis *online* terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengaruh Traveloka cenderung dominan dan minat beli masyarakat Yogyakarta adalah tinggi dan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa media *online* adanya pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat tetapi secara simultan media online berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F, yaitu (sig) = 0,046, bahwa nilai sig kurang dari 0,05 dan F_{hitung} sebesar 2,637 > F_{tabel} sebesar 2,58, dengan rumus ($DF=K-1$ dan $DF2 = N-k$), maka H_0 diterima, karena secara bersama-sama (*simultan*) Traveloka (X_1), Booking.com (X_2), Agoda (X_3), PegiPegi (X_4) berpengaruh terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta. Koefisien determinasi (*adjusted R^2*) 11,8 persen sedangkan 88,2 persen (100 - 11,8 persen) lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak masuk dalam model, misalnya tingkat pendidikan, status sosial, emosi/perasaan pengguna akun atau *user*, hobi, situasi tidak terduga, dan sikap terhadap orang lain.

Sedangkan pada Uji T menunjukkan bahwa H_0 diterima, karena secara parsial Traveloka (X_1) merupakan situs online yang paling dominan atau berperan besar pengaruh terhadap minat beli masyarakat, hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T pada taraf nilai koefisien regresi (*beta*) yang sudah distandarisasi paling besar adalah 0,300. Namun, secara parsial berdasarkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,076 > 0,05). Dengan demikian bahwa Traveloka berpengaruh secara simultan yang signifikan tetapi secara parsial tidak berpengaruh signifikan karena masing-masing nilai sig variabel bebas mempunyai nilai sebesar 0,05.

Kata kunci : Traveloka, Booking.com, Agoda, PegiPegi, Minat Beli

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sudah sangat kompleks dan maju serta menjalar disemua bidang baik bidang industri, jasa, perusahaan, pendidikan, dan pemerintahan. Perkembangan ini tidak luput dari adanya keinginan dan kebutuhan seseorang untuk mendapatkan fasilitas yang dibutuhkan untuk menunjang berbagai aktifitas dan pekerjaan individu untuk menunjang kegiatannya demi kemudahan, efektifitas dan efisien melalui teknologi yang ada.

Internet adalah metode untuk menghubungkan berbagai komputer ke dalam satu jaringan komputer global, melalui protokol yang disebut *transmission control protocol / internet protocol (TCP/IP)*. Protokol adalah suatu petunjuk yang menunjukkan pekerjaan yang akan pengguna (*user*). Protokol bisa di sebut seperti suatu bahasan yang digunakan untuk berkomunikasi berbagai jenis komputer maupun sistem operasi yang terhubung di *internet*. Dengan internet, informasi yang didapat tidak terbatas oleh waktu, terbuka sehari-semalam dan dapat mencari informasi yang dibutuhkan.

Perkembangan reservasi kamar hotel secara *online* melalui media internet saat ini semakin banyak diminati oleh para calon tamu hotel ataupun *business traveller* baik di luar negeri maupun di dalam negeri karena sangat efektif dan efisien. Peran internet dalam dunia bisnis tidak dapat

diragukan lagi, seiring dengan berjalannya waktu, batasan-batasan dalam dunia bisnis seperti waktu, jarak, dan biaya yang ditembus melalui dunia maya, seperti yang dikutip oleh Cai et al, (2004:11).

Sedangkan menurut Sulistiyanto, *Website* adalah salah satu layanan yang bisa digunakan untuk melakukan berbagai informasi, sehingga layanan *webiste* sangat dibutuhkan untuk keperluan pengguna yang memudahkan dalam pencarian informasi. Dengan memanfaatkan layanan *webiste* para wisatawan ataupun pelancong yang akan berpergian ke suatu daerah, baik daerah tujuan wisata maupun daerahnya lainnya akan terlebih dahulu melakukan perencanaan dengan membuat reservasi atau pemesanan baik pemensanan reservasi hotel, pesawat terbang, kereta api, bus, hiburan dan sebagainya.

Menurut Ismail, Sejalan denan perkembangan teknologi yang semakin modern, banyak hotel-hotel yang menggunakan fasilitas internet dalam sistem pemesanan kamar (2011: 34). Menurut Ismail dkk, Sistem informasi ini mempunyai peranan yang cukup penting untuk meningkatkan hunian kamr yang ada pada sebuah hotel (2012 : 59).

Tak lepas dari pelayanan cepat dan efisien dari sebuah kebutuhan wisata yaitu hotel. Maka dibangun sebuah sistem yang *one stop servicesolusion* atau sebuah aplikasi *e-commerce* layanan terpadu. *E-commerce* merupakana suatu medote yang memanfaatkan media *internet* untuk menjalankan aplikasi transaksi secara *online*.

Sesuai dengan undang – undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dikemukakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Berdasarkan pengertian tersebut, pariwisata memerlukan berbagai macam layanan dan semua komponen.

Untuk melayani keperluan wisata inilah maka muncul istilah sebuah aplikasi *one stop service solutions*, yaitu *booking online* kamar hotel yang mampu memberikan informasi ketersediaan dan transaksi kamar hotel saat melancong. Serta, memiliki keunggulan dalam teknologi yang semakin maju, tanpa menyulitkan setiap konsumen melakukan segala transaksi.

Melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh pemesanan dalam media *online/e-commerce* terhadap minat beli masyarakat yang ditulis dalam judul penelitian “PENGARUH PEMESANAN KAMAR BERBASIS ONLINE TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT YOGYAKARTA”.

B. Rumusan Masalah

Pemesanan kamar dan segala jenis paket atau produk yang ditawarkan setiap hotel yang menjadikan kemudahan dalam dunia modern

saat ini juga banyak berdampak dalam berbagai pihak, namun seperti dalam kemajuan teknologi terdapat kekurangan juga.

1. Apakah sistem berbasis online mempengaruhi minat beli masyarakat Yogyakarta?
2. Situs online apakah yang paling berpengaruh terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dibatasi oleh :

1. Pemesanan kamar dalam situs online Traveloka, Booking.com, Agoda, dan Pegipegi.com.
2. Masyarakat desa Caturtunggal yang berada/bertempat tinggal di kawasan Babarsasari, padukuhan Tambakbayan.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem berbasis *online* mempengaruhi minat beli masyarakat Yogyakarta
2. Untuk mengetahui situs *online* apakah yang paling berpengaruh terhadap minat beli masyarakat Yogyakarta?

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Objek Penelitian

a) Untuk mengetahui pengaruh minat beli pemesanan kamar melalui situs *online* serta menyesuaikan teori yang diperoleh di lembaga dengan kenyataan yang ada di lapangan

b) Sebagai proses pembelajaran wawasan dalam penelitian yang bersifat ilmiah tentang pengaruh *e-commerce* terhadap minat konsumen

2. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan acuan untuk penelitian yang lebih lanjut khususnya yang berhubungan dengan penulisan ini. Serta sebagai acuan dalam pengembangan ilmu dan pengembangan metode pengajaran.

3. Bagi Peneliti

Sebagai masukan bagi usaha terkait penggunaan aplikasi *e-commerce* dalam sarana promosi dan penjualan untuk meningkatkan daya beli konsumen. Adapun penelitian ini dilihat dari sisi dunia usaha adalah memberikan suatu inovasi atau dorongan kepada pelaku usaha agar menggunakan *e-commerce* sesuai dengan perkembangan zaman.