

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP MINAT PEMESANAN KAMAR
DI HOTEL RAFFLES BALI**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Diploma IV

Program Studi Pengelolaan Perhotelan

Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

SHOFIYA JINGGA SAFIRA

2020309021

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG**

2024

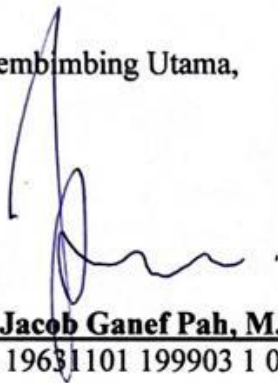
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

"PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT PEMESANAN KAMAR DI HOTEL RAFFLES BALI"

NAMA : SHOFIYA JINGGA SAFIRA
NIM : 2020309021
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing Utama,



Drs. Jacob Ganef Pah, M.S.
NIP. 19631101 199903 1 001

Pembimbing Pendamping,



Drs. Rachmat Mulyawan, MM.Par.
NIP. 19620129 199203 1 001

Bandung, 13 Juni 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,

Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

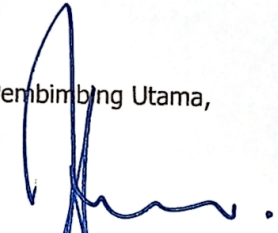
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

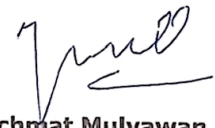
**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT PEMESANAN KAMAR
DI HOTEL RAFFLES BALI**

NAMA : SHOFIYA JINGGA SAFIRA
NIM : 2020309021
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN PERHOTELAN

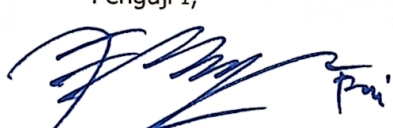
Pembimbing Utama,


Drs. Jacob Ganef Pah, M.T.
NIP. 19631101 199903 1 001

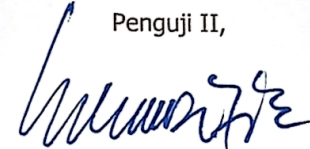
Pembimbing Pendamping,


Drs. Rachmat Mulyawan, MM. Par.
NIP. 19620129 199203 1 001

Penguji I,


Dr. R. Fajar Kusnadi Kusumah Putra, M.Sc., CHIA., CHE.
NIP. 19850425 201 101 1 005

Penguji II,


Dr. Brantas, M.Pd.
NIP. 19610716 198403 1 001

Bandung, 06 Agustus 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama


Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM. Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung


Dr. Anwari Masatip, MM. Par., CEE.
NIP. 19750415 200212 1 001



MOTTO

“The only way to achieve the impossible is to believe it is possible.”

-Charles Kingsleigh-

*“Start by doing what is necessary, then do what is possible, and suddenly you are
doing the impossible.”*

-Francis of Assisi-

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Proyek akhir ini penulis persembahkan sepenuhnya kepada orang-orang terdekat yang penulis sayangi, kepada Mama, Ayah, keluarga, dan juga pihak yang sangat berjasa membantu penulis berjuang dari awal sampai akhir dalam menyelesaikan proyek akhir ini. Terima kasih atas bantuan, semangat, waktu, serta doa yang tidak pernah berhenti diberikan kepada penulis sehingga segalanya menjadi mungkin untuk dilalui dan akhirnya penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini.”

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Shofiya Jingga Safira

Tempat/Tanggal Lahir : Temanggung / 15 Maret 2002

NIM : 2020309021

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek akhir yang berjudul:
“Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Pemesanan Kamar di Hotel Raffles Bali”
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 15 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Shofiya Jingga Safira
NIM 2020309021

ABSTRAK

Di era globalisasi, kemajuan teknologi dan kemudahan akses internet mempengaruhi perilaku konsumen, yang cenderung beralih ke digital. Persaingan hotel yang ketat menjadikan *online customer review* sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat pemesanan kamar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ulasan *online* terhadap minat pemesanan kamar di Raffles Bali. Penelitian kuantitatif ini memperoleh data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner dengan responden 100 pengikut Instagram Raffles Bali. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi Rank Spearman, dan koefisien determinasi yang diolah dengan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa enam indikator *online customer review* memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap minat pemesanan kamar dengan hubungan antar variabel yang kuat, dibuktikan dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,701. Selain itu, *online customer review* memiliki pengaruh sedang terhadap minat pemesanan kamar, dengan menjelaskan 53,3% dari variabel minat pemesanan kamar, sementara 46,67% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Online Customer Review*, Minat Pemesanan Kamar, Raffles Bali.

ABSTRACT

In the era of globalization, technological advances and easy internet access affect consumer behavior, which tends to switch to digital. Tight hotel competition makes online customer reviews one of the important factors that influence room booking intention. This study aims to determine the influence of online customer reviews on room booking intention at Raffles Bali. This quantitative research obtained data through observation, interviews, and questionnaires with 100 Raffles Bali Instagram followers as respondents. This study uses validity test, reliability test, spearman rank correlation test, and coefficient of determination processed with SPSS version 29. The results showed that the six indicators of online customer review have a significant and positive relationship with room booking intention with a strong relationship between variables, as evidenced by the correlation coefficient value of 0.701. In addition, online customer review has a moderate influence on room booking intention, explaining 53.3% of the room booking intention variable, while 46.67% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Online Customer Review, Room Booking Intention, Raffles Bali.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sebab atas rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan proyek akhir dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat Pemesanan Kamar di Hotel Raffles Bali” dengan lancar. Tujuan dari disusunnya proyek akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan proyek akhir pada program studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis dapat menyusun dan menyelesaikan proyek akhir ini dengan lancar berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, M.M. Par., CEE., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M. Par., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST. Par., M.P. Par., CHE., selaku Ketua Jurusan Hospitaliti.
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., M.M. Par., CHE., selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
5. Bapak Drs. Jacob Ganef Pah, M.S., selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam penyusunan proyek akhir ini.
6. Bapak Drs. Rachmat Mulyawan M.M. Par., selaku Pembimbing Pendamping yang telah membantu dalam penyusunan proyek akhir hingga selesai.
7. Ibu Nenden Dianawati, M.M. Par., CHE., selaku Dosen Bimbingan Akademik penulis yang telah banyak membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini.

8. Seluruh pihak Raffles Hotel terutama kepada *Human Resources* dan *Sales Marketing* Raffles Bali yang telah memberikan izin serta meluangkan waktu untuk membantu penulis.
9. Mama Eta dan Ayah Iwan selaku orang tua penulis serta keluarga yang selalu mendukung dalam segala hal.
10. Teman kelas HOACIM yang telah berjuang bersama hingga dapat menyelesaikan proyek akhir ini.
11. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu yang telah membantu, memberi semangat, serta mendukung kelancaran penyusunan proyek akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proyek akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan permohonan maaf serta mengharapkan kritik atau saran yang membangun dari para pembaca. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun orang lain.

Bandung, 15 Juni 2024

Shofiya Jingga Safira

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Kajian Teori.....	17
1. Manajemen Pemasaran.....	17
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
3. Komunikasi dan Bauran Promosi.....	19
4. <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM)	21
5. <i>Online Customer Review</i> (OCR).....	23
6. <i>Online Travel Agent</i> (OTA).....	25
7. Minat Beli	26
8. Hubungan antara OCR dengan Minat Pemesanan Kamar	29
B. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan Penelitian	31
B. Obyek Penelitian	31
C. Populasi dan Sampling	32
1. Populasi.....	32
2. Sampling	32
D. Metode Pengumpulan Data	33
1. Data Primer	33
2. Data Sekunder	36
E. Definisi Operasional Variabel	36
F. Analisis Data	39
1. Uji Instrumen Penelitian	39
2. Analisis Frekuensi dan Deskriptif.....	41

3. Uji Korelasi Rank Spearman.....	42
4. Koefisien Determinasi (R ²)	42
G. Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian	45
2. Karakteristik Responden	48
3. Hasil Penelitian <i>Online Customer Review</i>	51
4. Hasil Penelitian Minat Pemesanan Kamar	66
B. Pembahasan.....	70
1. Analisis Data	70
2. Pembahasan Penelitian.....	77
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	82
A. Simpulan	82
B. Rekomendasi	84
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1	JUMLAH HOTEL DI INDONESIA.....	3
2	JUMLAH HOTEL TIAP PROVINSI TAHUN 2023	4
3	SURVEI PENGGUNA INTERNET DAN MEDSOS 2024.....	5
4	PENGIKUT INSTAGRAM RAFFLES BALI MARET 2024	8
5	ONLINE PURCHASE DRIVERS 2024	9
6	DATA RESERVASI DIRECT, OTA, TA JAN – FEB 2024	11
7	POPULAR ONLINE TRAVEL AGENT DI INDONESIA 2023.....	26
8	KERANGKA PEMIKIRAN	30
9	REKOMENDASI STRUKTUR ORGANISASI RAFFLES BALI.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE BALI TAHUN 2021-2023	2
2 <i>TRUSTYOU</i> RAFFLES BALI 2022-2024	7
3 TINGKAT HUNIAN KAMAR RAFFLES BALI 2022-2024	11
4 TRAVELOKA RAFFLES BALI DENGAN KOMPETITOR	11
5 ULASAN NEGATIF RAFFLES BALI	12
6 JAWABAN SKOR SKALA LIKERT	36
7 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL	37
8 KATEGORI KOEFISIEN KORELASI	42
9 JADWAL PENELITIAN.....	44
10 HASIL UJI VALIDITAS	46
11 HASIL UJI RELIABILITAS.....	48
12 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN ASAL NEGARA	49
13 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	49
14 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	50
15 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	50
16 RESPONDEN YANG PERNAH MEMBACA ULASAN RAFFLES BALI	51
17 HASIL SITUS <i>ONLINE</i> YANG DIGUNAKAN RESPONDEN.....	51
18 PERNYATAAN X1	52
19 PERNYATAAN X2	52
20 PERNYATAAN X3	53
21 PERNYATAAN X4	53
22 PERNYATAAN X5	54
23 PERNYATAAN X6	55
24 PERNYATAAN X7	55
25 PERNYATAAN X8	56
26 PERNYATAAN X9	57
27 PERNYATAAN X10	57
28 PERNYATAAN X11	58
29 PERNYATAAN X12	59
30 PERNYATAAN X13	59
31 PERNYATAAN X14	60
32 PERNYATAAN X15	61
33 PERNYATAAN X16	61

34	PERNYATAAN X17	62
35	PERNYATAAN X18	63
36	PERNYATAAN X19	63
37	PERNYATAAN X20	64
38	PERNYATAAN X21	65
39	PERNYATAAN X22	65
40	PERNYATAAN X23	66
41	PERNYATAAN Y1	67
42	PERNYATAAN Y2	68
43	PERNYATAAN Y3	68
44	PERNYATAAN Y4	69
45	PERNYATAAN Y5	69
46	HASIL ANALISIS DESKRIPTIF <i>ONLINE CUSTOMER REVIEW</i>	71
47	HASIL ANALISIS DESKRIPTIF MINAT PEMESANAN KAMAR....	73
48	HASIL UJI RANK SPEARMAN	75
49	HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 OBSEVASI <i>CHECKLIST</i>	92
2 HASIL TURNITIN	92
3 SURAT IZIN PENELITIAN RAFFLES BALI	93
4 SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	94
5 HASIL UJI VALIDITAS SPSS	95
6 HASIL UJI RELIABILITAS SPSS	96
7 HASIL UJI KORELASI RANK SPEARMAN SPSS.....	96
8 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI SPSS	96
9 HASIL ANALISIS DESKRIPTIF SPSS.....	97
10 GOOGLE FORM KUESIONER	97
11 BUKTI PENGISIAN KUESIONER.....	98
12 TABULASI JAWABAN KUESIONER.....	99
13 PEDOMAN KUESIONER	100
14 PEDOMAN WAWANCARA	101
15 BUKTI BIMBINGAN PADA SIAKAD	102
16 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, G., Abiyuda, A., Hanna, I., Sihombing, H., Luh, N., Sadjuni, G. S., & Pariwisata Bali, P. (2024). The Influence Of Online Customer Reviews On Online Travel Agents On Purchase Intention At 5-Star Hotels In The Sanur Area Pengaruh Online Customer Review Pada Online Travel Agent Terhadap Purchase Intention Di Hotel Berbintang 5 Kawasan Sanur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3647–3657. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Chan, I. C. C., Lam, L. W., Chow, C. W. C., Fong, L. H. N., & Law, R. (2017). The effect of online reviews on hotel booking intention: The role of reader-reviewer similarity. *International Journal of Hospitality Management*, 66, 54–65. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.06.007>
- Damayanti, R. S. (2019). *Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang)*.
- Dimitrios, B., Ioannis, R., Ntalakos, A., & Nikolaos, T. (2023). Digital marketing: The case of digital marketing strategies on luxurious hotels. *Procedia Computer Science*, 219, 688–696. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.01.340>
- Fang, B., Ye, Q., Kucukusta, D., & Law, R. (2016). Analysis of the perceived value of online tourism reviews: Influence of readability and reviewer characteristics. *Tourism Management*, 52, 498–506. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.018>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9 Edisi 9*. Universitas Diponegoro.
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., & Akmal, Y. (2020). *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25*. Edisi 1. Universitas Islam Kebangsaan Indonesia.

- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN (Konsep, Teori, dan Implementasi)*. Pascal Books.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Untomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. 16 Edition. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. 18 Edition. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15 Edition. Pearson Education.
- Lie, R., & Jokom, R. (2018). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP MINAT RESERVASI HOTEL BINTANG 4 DAN ATAU BINTANG 5 MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL PERANTARA*.
- Liu, Z., & Park, S. (2015). What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management*, 47, 140–151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.020>
- Napu, D. M., Yamini, E. A., Nurhidayat, W., Salean, F. J., Prianka, W. G., Rifai, M. S. A., Baswarani, D. T., Novianto, U., Fadlina, S., Desmantlyo, P. S., Darsana, I. M., Dirgantara, A. R., Sinaga, F., & Margarena, A. N. (2023). *PENGANTAR BISNIS PARIWISATA: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata*.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurrohman, & Islam, D. (2023). *PRINSIP DASAR MANAJEMEN PEMASARAN (ANALISIS DAN STRATEGI DI ERA DIGITAL)*. CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (P. C. Ambarawati. Edisi 1. Cv. Wade Group.

- Putra, F. S., & Rahmiati. (2019). *Pengaruh Website Quality Terhadap Online Booking Intention Dengan Mediasi E-Trust Pada Pengguna Traveloka di Kota Padang*.
- Ratnandika, Y. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Purchase Intention Reservasi Hotel yang Dimediasi Oleh Variabel Brand Image Studi Pada Pengguna Situs Travel Online Airy Rooms*.
- Reportal, Data. (2024). Diakses dari Data Reportal: pada 18 Maret 2024
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Saputra, Y. S. P. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Customer Review, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Tokopedia (Studi pada pengguna Tokopedia di Kota Semarang)*. <https://eskripsi.usm.ac.id/file-B11A-62778.html>
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., Efdison, Z., Rahmayani, M. W., Sudrajat, J., Syamil, A., Iswahyudi, S., Nurcahyo, R., Pabulo, M. A., & Chatra, A. (2023). *Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Teori & Studi Kasus* (Efitra & Sepriano, Eds.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.; Edisi 1). Literasi Media Publishing.
- Statistika, B. P. (2023). *STATISTIK HOTEL DAN AKOMODASI LAINNYA*. Badan Pusat Statistika.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Valentino Pentury, L., Sugianto, M., Remiasa, M., Manajemen Perhotelan, P., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (n.d.). PURCHASE INTENTION PADA HOTEL BINTANG TIGA DI BALI. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26–35. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.26-36>

Yapsani, A., Kristanto, F., Handayati, F. D., & Rosalina, Y. (2020). Pengaruh Online reviews terhadap Intensi Pemesanan Hotel Secara Online di Jakarta. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 3(1), 1–14.

Zahidah, S. R., & Rostiani, R. (2021). Trusting Online Reviews Enhances Intention to Book Online: The Perks of Seeking Information? *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 142–161. <https://doi.org/10.18196/mb.v12i2.10831>

Zhang, Y., & Vásquez, C. (2014). Hotels' responses to online reviews: Managing consumer dissatisfaction. *Discourse, Context and Media*, 6, 54–64. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2014.08.004>

Zhao, X. (Roy), Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1343–1364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0542>