

SKRIPSI
IMPLEMENTASI KUALITAS WEBSITE HOTEL
SEBAGAI MEDIA E-COMMERCE UNTUK
MENGOPTIMALKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
ONLINE PADA FOUR POINTS BY SHERATON BALI, KUTA.



POLITEKNIK NEGERI BALI

Komang Candra Diana

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023

SKRIPSI
IMPLEMENTASI KUALITAS *WEBSITE* HOTEL
SEBAGAI MEDIA *E-COMMERCE* UNTUK
MENGOPTIMALKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
***ONLINE* PADA FOUR POINTS BY SHERATON BALI, KUTA.**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Komang Candra Diana
NIM 1915834031

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI KUALITAS *WEBSITE* HOTEL
SEBAGAI MEDIA *E-COMMERCE* UNTUK
MENGOPTIMALKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
ONLINE PADA FOUR POINTS BY SHERATON BALI, KUTA.**

**Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Manajemen Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

KOMANG CANDRA DIANA

NIM. 1915834031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**IMPLEMENTASI KUALITAS *WEBSITE* HOTEL
SEBAGAI MEDIA *E-COMMERCE* UNTUK
MENGOPTIMALKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
ONLINE PADA FOUR POINTS BY SHERATON BALI, KUTA.**

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik
pada Kamis, 27 Juli 2023

Pembimbing I,



Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT
NIP. 196007021990031001

Pembimbing II,



Putu Gita Suari Miranti, S.Si, M.Si
NIP. 198611292022032004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D

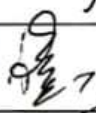

NIP. 196312281990102001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI KUALITAS *WEBSITE* HOTEL SEBAGAI MEDIA *E-COMMERCE* UNTUK MENGOPTIMALKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA FOUR POINTS BY SHERATON BALI, KUTA

yang disusun oleh **Komang Candra Diana (1915834031)** telah dipertahankan
dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji

pada hari Kamis tanggal 27 Juli 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Ir. I Gusti Agung Bagus. Mataram, MIT	
Anggota	Dr. Dra. I Gusti Made Wendri, M.Par.	
Anggota	Ni Kadek Herna Lastari, M.Pd.	

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata



Prof. Ni Made Erpawati, MATM., Ph.D
NIP. 196312281990102001



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Komang Candra Diana
NIM : 1915834031
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**“Implementasi Kualitas *Website* Hotel sebagai Media *E-Commerce*
untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian secara *Online*
pada Four Points by Sheraton Bali, Kuta”**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 27 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Komang Candra Diana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Kualitas *Website* Hotel sebagai Media *E-Commerce* untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian secara *Online* pada Four Points By Sheraton Bali, Kuta” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan untuk mahasiswa Jurusan Pariwisata Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Dalam menyusun skripsi ini penulis mencari referensi relevan dan informasi dari media elektronik serta skripsi terdahulu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menemui permasalahan dalam pelaksanaan penelitian. Berkat kerja keras, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya segala kesulitan tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan ketulusan hati, melalui kesempatan ini penulis sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.Com. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D. selaku Kepala Departemen Pariwisata di Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Jurusan Pariwisata.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. sebagai Sekretaris Departemen Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Jurusan Pariwisata.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM. selaku Ketua Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan pedoman, waktu, motivasi dan saran untuk penulis.
5. Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahnya secara keseluruhan, waktu, saran, dan motivasi kepada penulis.

6. Putu Gita Suari Miranti, S.Si, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang mendidik dan membekali penulis dengan banyak ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
8. Kedua orang tua saya I Wayan Pasma Arianta dan alm Putu Ayu Yuniati yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat saya Ida Ayu Ananda Ratih Gayatri yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Rekan-rekan tercinta, yang telah memberikan dukungan yang tulus dan tiada henti baik moral maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca demi menyempurnakan skripsi ini.

Penulis,

Komang Candra Diana

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Diana, Candra. 2023. *Implementasi Kualitas Website Hotel sebagai Media E-Commerce untuk mengoptimalkan Keputusan Pembelian Secara Online pada Four Points by Sheraton Bali, Kuta..* Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I, Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT dan Pembimbing II: Putu Gita Suari Miranti, S.Si, M.Si Kata

Kata kunci: *implementasi kualitas website, kualitas website hotel, media e-commerce, keputusan pembelian*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi kualitas *website* hotel dan pengaruh kualitas *website* hotel terhadap keputusan pembelian secara *online* di Four Points by Sheraton Bali, Kuta. Metode pengumpulan yang digunakan adalah dengan observasi lapangan, penyebaran kuesioner, dengan sampling insidental kepada 110 orang *guest* di Four Points by Sheraton Bali, Kuta dan wawancara kepada Director of Sales and Marketing, Marketing Manager, Staff Reservation. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif dan regresi linier sederhana untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yang dibantu dengan aplikasi SPSS versi 25 untuk Windows. Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi kualitas *website* secara keseluruhan sudah berada di kriteria sangat tinggi, terdapat satu implementasi yang sudah masuk dalam kategori tinggi yang masih bisa dioptimalkan kembali penerapannya agar menjadi kategori sangat tinggi. Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi kualitas *website* oleh karyawan Sales And Marketing Department Four Points by Sheraton Bali, Kuta memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* yang berkontribusi sebesar 53,5% untuk mendukung keputusan pembelian secara *online* di Four Points by Sheraton Bali, Kuta sedangkan 46,5% dipengaruhi oleh faktor lain dalam aspek keputusan pembelian yang tidak disertai dalam penelitian ini dan beberapa faktor berpengaruh lainnya yang terdapat pada sumber penelitian lain.

ABSTRACT

Diana, Candra. 2023. *Implementasi Kualitas Website Hotel sebagai Media E-Commerce untuk mengoptimalkan Keputusan Pembelian Secara Online pada Four Points by Sheraton Bali, Kuta..* Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I:, Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT dan Pembimbing II: Putu Gita Suari Miranti, S.Si, M.Si Kata

Short Key: *implementasi kualitas website, kualitas website hotel, media e-commerce, keputusan pembelian*

This study aims to determine the hotel website quality implementation model in the Sales and Marketing Department in supporting online purchasing decision at Four Points by Sheraton Bali, Kuta. The data collection method is by conducting observations, questionnaires, documentation, interviews and focus group discussions. The analysis method used is descriptive qualitative and descriptive quantitative. The steps in the Qualitative descriptive methods are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The data analysis technique is descriptive data analysis and simple linear regression. It is calculated using the SPSS 25 for Windows application. The results of the analysis show that the implementation of the quality of the website as a whole is already in the very high criteria, there is one implementation with high category which can still be re-optimized so that it becomes a very high category and the results also indicate that the implementation of website quality by sales and marketing employees of Four Points by Sheraton Bali, Kuta has a positive and significant influence to the online purchasing decisions which contribute 53.5% while 46.5% is influenced by other factors that are not accompanied in this study

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSYARATAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. Landasan Teori	6
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
2.3. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.2. Objek Penelitian	33
3.3. Identifikasi Variabel	34
3.4. Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1. Kualitas <i>Website/</i> WebQual	34
3.4.2. Keputusan Pembelian.....	37
3.5. Jenis dan Sumber Data	40

3.6.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	41
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.7.1.	Observasi.....	44
3.7.2.	Wawancara.....	45
3.7.3.	Dokumentasi	45
3.7.4.	Kuesioner.....	46
3.8.	Teknik Analisis Data	47
3.8.1.	Analisis Deskriptif Kualitatif	47
3.8.2.	Analisis Deskriptif Kuantitatif	49
3.8.3.	Statistik Deskriptif	49
3.8.4.	Instrumen Penelitian.....	50
3.8.5.	Analisis Regresi Linier Sederhana	57
3.8.6.	Uji Koefisien Korelasi Determinasi	57
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1.	Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	59
4.1.1.	Nama Perusahaan	59
4.1.2.	Sejarah Berdirinya Perusahaan	60
4.1.3.	Struktur Organisas.....	62
4.1.4.	Fasilitas Hotel	70
4.2.	Penyajian Hasil-hasil Penelitian.....	78
4.2.1.	Karakteristik Data Responden.....	78
4.2.2.	Uji Instrumen Penelitian	83
4.2.3.	Implementasi kualitas website hotel sebagai media <i>e-commerce</i> dalam mengoptimalkan keputusan pembelian secara <i>online</i> di Four Points by Sheraton Bali Kuta.....	87
4.2.4.	Pengaruh kualitas website hotel terhadap keputusan pembelian secara <i>online</i> di Four Points by Sheraton Bali, Kuta.	100
BAB V	PENUTUP	112
5.1.	Simpulan.....	112
5.2.	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Presentase reservasi online yang bersumber dari hotel website Four Points by Sheraton Bali, Kuta.	3
Tabel 1. 4. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert.	46
Tabel 4.1. Jenis kamar di Four Points by Sheraton Bali, Kuta	70
Tabel 4.2. Meeting Capacity Chart Four Points by Sheraton Bali.....	75
Tabel 4. 3. Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Tabel 4.5. Pedoman Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	86
Tabel 4.6. Hasil Uji Korelasi.....	87
Tabel 4.7. Hasil Interpretasi Skor Rata-Rata Responden.....	88
Tabel 4.8. Hasil Implementasi Kualitas Website Dimensi Usability.....	89
Tabel 4.9. Hasil Implementasi Kualitas Website dimensi Information Quality	93
Tabel 4.10. Hasil Implementasi Kualitas Website Dimesi Service Interaction Quality.....	96
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov.....	101
Tabel 4.12. Hasil Uji Glejser.....	104
Tabel 4.13. Hasil Uji Linieritas.....	106
Tabel 4.14. Hasil Analsisi Regresi Sederhana	106
Tabel 4.15. Hasil Koefiesien Determinasi (R ²).....	108
Tabel 4.16. Hasil Uji t.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Four Points by Sheraton, Kuta.....	59
Gambar 4. 2 Klasifikasi Kelas Hotel dalam Brand Marriott International	61
Gambar 4. 3 Gambar Struktur Organisasi Sales and Marketing Department di.....	62
Gambar 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	79
Gambar 4. 5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	80
Gambar 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Gambar 4. 7 Klasifikasi Responden Berdasarkan negara asal guest	82
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	102
Gambar 4. 9. Hasil Grafik Scatterplot.....	104



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Pengisian Kuesioner	5
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	6
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	10
Lampiran 4. Hasil Tabulasi Data	11
Lampiran 5. Jawaban Hasil Wawancara	22
Lampiran 6: Hasil Uji Karakteristik Responden	26
Lampiran 7: Hasil Uji Validitas	28
Lampiran 8: Hasil Uji Reliabilitas	30
Lampiran 9: Hasil Uji Korelasi	32
Lampiran 10: Hasil Analisis Deskriptif	32
Lampiran 11: Uji Asumsi Klasik	38
Lampiran 12: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40
Lampiran 13: Koefisien Determinasi	41
Lampiran 14: Koefisien Uji Hipotesis	41
Lampiran 15: Tabel Uji t.....	42
Lampiran 16: Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana).....	45
Lampiran 17: Hasil Dokumentasi	47

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

E-commerce telah menjadi bagian dari dinamika bisnis di era kemajuan teknologi informasi yang berkembang pesat. *E-commerce* berdampak besar pada praktik bisnis setidaknya dalam penyempurnaan *direct marketing* yang dapat memberikan keuntungan berupa efisiensi biaya dan waktu baik bagi pelaku pemasar dan konsumen. Sistem *e-commerce* harus menyediakan cara bagi konsumen, baik itu perorangan maupun bisnis untuk mengenali produk yang akan mereka beli. Salah satu faktor pendukung *e-commerce* salah satunya adalah *website*. *Website* merupakan sekumpulan halaman digital yang berisi informasi berupa teks, animasi, gambar, suara dan video atau gabungan dari semua bentuk informasi yang terkoneksi oleh internet sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang terkoneksi dengan jaringan internet (Sari & Abdilah, 2015). Data-data informasi dalam suatu *website* membentuk serangkaian informasi yang saling berhubungan satu sama lain. Hubungan antara satu halaman *web* dengan halaman *web* yang lainnya disebut *hyperlink* sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut dengan *hyperteks*.

Berdasarkan hasil penelitian oleh Google, 2014 Juni, internet telah menjadi top *source* bagi para wisatawan baik pebisnis maupun pelancong untuk mencari rekomendasi tempat tujuan wisata, akomodasi, makanan dan minuman. Mereka bahkan cenderung melakukan perencanaan berwisata dengan menggunakan *search engine* dan aplikasi khusus (<https://www.thinkwithgoogle.com>).

Kondisi ini menyebabkan pelaku industri harus memberikan pelayanan dan informasi yang lengkap dalam *website*. *Website* suatu perusahaan harus dapat mempresentasikan kehadiran perusahaan tersebut secara digital sehingga konsumen menjadi percaya dan melakukan transaksi secara *online* melalui *website* perusahaan (Ghafiki & Setyorini, 2017). Pengukuran kualitas *website* yang digunakan yakni WebQual yang terdiri dari kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi dan kualitas layanan (*service interaction quality*) (Barnes & Vidgen, 2000). Lengkapnya suatu informasi baik produk dan layanan yang ditampilkan dalam *website* akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian *online* (Irshadi & Hendayani, 2016). Keputusan pembelian meliputi bagian dari perilaku konsumen baik individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, serta bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman yang diberikan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi konsumen dan pemasarnya (Kotler & Keller, 2016).

Four Points by Sheraton Bali, Kuta sebagai salah satu properti yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi menggunakan *website* sebagai media dalam melakukan pemesanan dan promosi kamar ataupun mencari informasi lengkap seputaran hotel seperti: jenis dan harga kamar, fasilitas, layanan dan paket menginap yang ditawarkan. Berikut merupakan tingkat presentase reservasi online yang bersumber dari hotel *website* dari tahun 2019 – 2022.

Tabel 1. 1 Presentase reservasi online yang bersumber dari hotel website Four Points by Sheraton Bali, Kuta.

Tahun	Presentase
2019	43%
2020	25%
2021	20%
2022	31%

Sumber: Sales and Marketing Department Four Points by Sheraton Bali, Kuta 2023.

Pada table 1.1 menunjukkan tingkat presentase reservasi *online* dari tahun 2019 sangat tinggi dengan angka 43% kemudian mengalami penurunan ditahun berikutnya. Pada tahun 2022 terdapat peningkatan reservasi *online* sebesar 11% yang berarti adanya perbaikan jenis layanan dan produk yang ditawarkan oleh Four Points by Sheraton Bali, Kuta dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian secara *online* melalui *website*. Peningkatan pemesanan kamar secara *online* melalui *website* diharapkan terus meningkat dimana *Director Sales and Marketing* Four Points Kuta sangat mengharapkan reservasi *online* melalui *website* dapat tembus 50% untuk menambah pendapatan kamar dan memberikan dampak citra hotel yang baik sebagai salah satu Select Hotel di Marriot International Hotel Group.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Implementasi Kualitas Website Hotel sebagai Media E-Commerce untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Secara Online Pada Four Points by Sheraton Bali, Kuta”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu:

- 1.2.1. Bagaimana implementasi kualitas *website* hotel sebagai media *e-commerce* untuk mengoptimalkan keputusan pembelian secara *online* di Four Points by Sheraton Bali Kuta?
- 1.2.2. Apakah kualitas *website* hotel berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* di Four Points by Sheraton Bali, Kuta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas, adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mendalami implementasi kualitas *website* hotel sebagai media *e-commerce* dalam mengoptimalkan keputusan pembelian secara *online* di Four Points by Sheraton Bali Kuta
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* hotel terhadap keputusan pembelian secara *online* pada Four Points by Sheraton Bali, Kuta.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memiliki manfaat yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan uraian sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau pedoman untuk pembaca, mahasiswa dan umum dalam memecahkan masalah penelitian dan menarik kesimpulan dari masalah yang diteliti serta dapat menambah wawasan terhadap masalah-masalah strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan

implementasi kualitas *website* hotel sebagai media media *e-commerce* dalam mengoptimalkan keputusan konsumen melakukan reservasi *online*.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan penjelasan tentang implementasi kualitas *website* hotel sebagai media *e-commerce* dalam mengoptimalkan keputusan pembelian secara *online* pada Four Points by Sheraton Bali, Kuta.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi pihak-pihak terkait dalam pengambilan kebijakan serta memberi masukan bagi Sales And Marketing Department mengenai “Implementasi Kualitas *Website* Hotel sebagai Media *E-Commerce* dalam Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Secara *Online*”.

c. Bagi Politeknik Negei Bali

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau acuan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya mengenai “Implementasi Kualitas *Website* Hotel sebagai Media *E-Commerce* untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Secara *Online*”, serta menambah daftar pustaka khususnya di lingkungan akademis Politeknik Negeri Bali.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Implementasi Kualitas *Website* Hotel dalam Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Secara *Online* di Four Points by Sheraton, Kuta” dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi kualitas *website* hotel oleh Four Points by Sheraton Bali, Kuta pada seluruh dimensinya sudah berada dalam kriteria implementasi yang sangat tinggi. Pengelolaan *website* Four Points by Sheraton Bali, Kuta terutama pada dimensi *usability* secara langsung dikelola oleh pihak brand Marriot International sehingga dapat memberikan performa yang sangat baik dalam menggunakan *website* sebagai salah satu alternatif *e-commerce* dalam memesan kamar secara *online*. Selain itu terdapat dimensi Information Quality dan Service Interaction Quality yang dikelola secara langsung oleh karyawan Sales and Marketing Department di Four Points Kuta, Bali yang berada dalam kategori sangat tinggi, hal ini dapat membuktikan bahwa kualitas informasi dan jasa pelayanan yang ada di dalam *website* sudah sangat baik. Namun, masih ada 1 indikator implementasi kualitas *website* yang berada dalam kriteria tinggi yang dapat lebih ditingkatkan kembali penerapannya yaitu *website* memberikan rasa berkomunitas untuk mengajak orang-orang menjadi bagian dalam anggota Marriot Bonvoy.

2. Implementasi kualitas *website* memiliki hubungan yang kuat secara positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Apabila implementasi kualitas *website* hotel ditingkatkan maka keputusan pembelian juga ikut meningkat. Implementasi kualitas *website* oleh konsumen berkontribusi sebesar 53,5% untuk mendukung keputusan pembelian secara *online* di Four Points by Sheraton Bali, Kuta, sedangkan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertai dalam penelitian ini dan beberapa faktor lain yang terdapat pada sumber penelitian lain.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan simpulan, maka penulis memiliki beberapa saran yang ingin disampaikan, yaitu:

1. Management hotel Four Points by Sheraton Bali, Kuta diharapkan untuk tetap memaksimalkan kualitas *website* dengan memperhatikan tanggapan responden terhadap butir pertanyaan variabel kualitas *website* yaitu pada *website* dapat memberikan rasa berkomunitas, karena dari hasil penelitian di atas butir pertanyaan tersebut memberikan skor yang tinggi dan perlu ditingkatkan lagi. Pihak manajemen Four Points by Sheraton Bali, Kuta, hendaknya lebih giat dan inovatif dalam memberikan informasi dan benefit yang didapatkan jika menjadi bagian dari Marriot Bonvoy sehingga konsumen lebih tertarik untuk bergabung dalam marriot Bonvoy dan dapat lebih meningkatkan rasa berkomunitas. Sebagai dukungan awal dapat dilakukan dengan cara memberikan video berdurasi singkat yang berisi

manfaat dan benefit yang didapatkan menjadi bagian anggota Marriot Bonvoy di dalam *website*.

2. Karyawan hotel Four Points by Sheraton Bali, Kuta hendaknya mempertahankan kualitas *website* yang sudah diimplementasikan untuk mendukung keputusan pembelian secara *online* dengan tetap mempertahankan dan meningkatkan fasilitas, peayanan, dan informasi yang diberikan kepada kinsmen.
3. Untuk peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian yang sama dengan penelitian ini, maka bisa menggunakan seuruh aspek implementasi keputusan pembelian atau meneliti faktor lain yang mendukung dan tidak termasuk dalam penelitian ini.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, G. A. (2000). *Membuat Homepage Interaktif Dengan CGI/Perl*.
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=bSfwICQAAAAJ&citation_for_view=bSfwICQAAAAJ:2osOgNQ5qMEC
- Angelita, Jati, G. (2021). *BUILD REPURCHASE INTENTION THROUGH THE*. 5778, 961–971.
- Armstrong, K. (2011). Principles of Marketing. In *Economica* (Issue 19).
<https://doi.org/10.2307/2548367>
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2000). *AN INTEGRATIVE APPROACH TO THE ASSESSMENT OF E-COMMERCE QUALITY*. August 1998, 114–127.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Farley, J. U., & Lehmann, D. R. (1994). *Cross-national "Laws" and Differences in Market Response.* 1, 111–123.
- Furkonudin, Suryadi, E., & Darmanto. (2016). Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce Blibli.Com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016*, 4(1), 7–12.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=218217&pRegionCode=UN11MAR&pClientId=112%0A>
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H., & Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*.
- Indrajit, D. R. E. (2000). ELECTRONIC COMMERCE STRATEGI DAN KONSEP BISNIS DI DUNIA MAYA. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Irshadi, F., & Hendayani, R. (2016). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengunjung Website Mataharimall.com. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2822–2827.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*.
- Khairinal, H. (2016). *Menyusun: proposal, skripsi, tesis dan disertasi :*

teori, model, skema dan teori dalam kandungan al-qur'an untuk penelitian penyelesaian studi. Salim media indonesia.
https://www.slideshare.net/SalimMediaIndonesia/prof-khairinal-menyusun-proposal-skripsi-tesis-disertasi?from_action=save

Kurniawan, R. (2018). *KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WEBSITE E-COMMERCE (Studi pada Konsumen PT . B)*. 62(1), 198–206.

Padmowati, R. D. L. E., & Buditama, A. T. (2019). *Aplikasi Perangkat WebQual 4 . 0 Untuk Pengukuran Kualitas Sistem Informasi Student Portal Unpar*. 715–719.

Peter, J. Paul ; Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. McGraw Hill.

Piarna, R. (2016). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.37673/jebi.v1i2.45>

Polit, D. F., & Beck, C. T. (2009). *International Differences in Nursing Research , 2005 – 2006*. 44–53. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2009.01250.x>

Prakoso, P. A. (2017). *Front Office Praktis Administrasi dan Prosedur Kerja* (2017 Gava Media (ed.); Cet. 1). <http://perpus.tasikmalayakab.go.id/opac/detail-opac?id=16623>

Sari, A. O., & Abdilah, A. (2015). *Buku Web Programming I berisikan materi belajar mengenai dasar- dasar pemrograman web . Buku ini direkomendasikan bagi pemula belajar pemrograman web . Buku ini menjelaskan bagaimana belajar dasar-dasar pemrograman web dengan mudah , praktis dan cepat dis*.

Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)

Solihin, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Eigerindostore . com*. 1(1). <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.403>

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cet. 21).

Sugiyono, P. D. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d* (Sutopo (ed.); Ed. 2. Cet). Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=26594>

Turban, E & King, D. (2004). Electronic commerce. In *Vikalpa* (Vol. 29, Issue 3). <https://doi.org/10.1177/0256090920040313>

Utama, I. G. B. R. (2014). Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif. In *Deeppublish*. <https://penerbitbukudeepublish.com/shop/buku-pengantar-industri-pariwisata/>

Wong, J. (2010). *INTERNET ARKETING FOR BEGINNERS*. PT ALEX MEDIA KOMPUTINDO.

<https://books.google.co.id/books?id=r2qwdLnknAQC&printsec=frontcover&#v=onepage&q&f=false>

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Ed. 1. Cet). Prenada Media.

<https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Zeithaml, Parasuraman, L. (1990). *Balancing Customer Perceptions and Expectations*. 226. <https://books.google.co.id/books?id=RWPMYP7-sN8C&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI