

PENGARUH *AESTHETIC DESIGN*, *EMOTIONAL AROUSAL*, DAN *QUALITY EXPECTATION* TERHADAP *SHARING INTENTION* DAN *HOTEL BOOKING INTENTION* DI TRAVELOKA PADA APLIKASI TIKTOK

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN**



OLEH :

VRILIANDIA IRANOZA

NIM. 041711233115

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2022

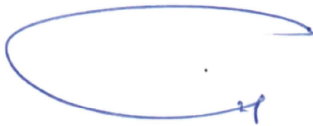
SKRIPSI

PENGARUH *AESTHETIC DESIGN*, *EMOTIONAL AROUSAL*, DAN *QUALITY EXPECTATION* TERHADAP *SHARING INTENTION* DAN *HOTEL BOOKING INTENTION* DI TRAVELOKA PADA APLIKASI TIKTOK

DIAJUKAN OLEH:
VRILIANDIA IRANOZA
NIM. 041711233115

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Prof. Dr. Tanti Handriana, S.E., M.Si.
NIP. 196905181993032001

TANGGAL: 8 NOVEMBER 2022

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. Dien Mardhiyah, S.E., M.Si.
NIP. 197211181999032001

TANGGAL: 9 NOVEMBER 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Vriliandia Iranoza, 041711233115), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 1 Agustus 2022



Vriliandia Iranoza

NIM. 041711233115

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang maha Esa Allah SWT, atas karunia, berkat, dan rahmat-Nya sehingga penulis untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh *Aesthetic Design*, *Emotional Arousal*, dan *Quality Expectation* terhadap *Sharing Intention* dan *Hotel Booking Intention* pada Aplikasi TikTok”. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

Tentunya proses penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan berhasil tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari pihak-pihak yang telah membantu penulis selama skripsi ini dikerjakan. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. Hj. Dian Agustia, S.E., M.Si., Ak., CMA., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
2. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si., CMA selaku Ketua Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
3. Dr. Dien Mardhiyah, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
4. Prof. Dr. Tanti Handriana, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu dan membimbing penulis sepanjang proses penyusunan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikannya.
5. Made Gitanadya Ayu Aryani S.E., M.S.M. selaku dosen wali yang telah membimbing selama masa perkuliahan berlangsung.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah membantu penulis dalam hal administrasi maupun hal lain.
8. Kedua orang tua, saudara kandung, dan oma penulis yaitu Kolonel Laut (S) Danang Marsudi, Kustianing Sekar Dijastuti S.E., M.M., Hugo Octaziano, dan Sri Buana Tuti yang selalu memotivasi, mendukung, dan mendoakan penulis agar dapat dengan lancar menyelesaikan penulisan skripsi.
9. Suami penulis yaitu Lettu Laut (P) Judistira Eka Permady S.Tr.Han., yang selalu mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

10. Sahabat dan teman dekat penulis, Laila, Lala, Augie, Audrey, dan teman-teman lainnya yang senantiasa menemani penulis dalam suka dan duka.
11. Seluruh pihak yang sudah membantu penulis ketika mendapat kesulitan kapanpun dan dimanapun selama ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terima kasih atas segala bantuan serta motivasi yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih banyak kekurangan dan kesalahan. Saran dan kritik untuk perbaikan kedepannya akan diterima dengan senang hati. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak dimasa yang akan datang.

Surabaya, 1 Agustus 2022

Vriliandia Iranoza

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Aesthetic Design*, *Emotional Arousal*, dan *Quality Expectation* terhadap *Sharing Intention* dan *Hotel Booking Intention* pada Aplikasi TikTok. Responden pada penelitian ini berusia minimal 17 tahun ke atas, responden pernah melihat video TikTok Traveloka tentang Loccal Collection Hotel Labuan Bajo, dan belum pernah meninap di Loccal Collection Hotel Labuan Bajo dan tidak pernah membagikan Tiktok Traveloka tentang hotel tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebar kuisioner secara online melalui *google form* dengan responden sebanyak 235 responden. Masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Jawaban responden dianalisis menggunakan teknik analisis *Structural Equation Model (SEM)* dengan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Aesthetic Design* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Arousal* dan *Quality Expectation*. *Emotional Arousal* berpengaruh signifikan terhadap *Quality Expectation*, *Sharing Intention*, dan *Booking Intention*, serta *Quality Expectation* berpengaruh signifikan terhadap *Booking Intention*.

Kata Kunci: *Aesthetic Design*, *Emotional Arousal*, *Quality Expectation*, *Sharing Intention*, *Hotel Booking Intention*, TikTok.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Aesthetic Design, Emotional Arousal, and Quality Expectation on Sharing Intention and Hotel Booking Intention on the TikTok Application. Respondents in this study were at least 17 years old and over, respondents had seen Traveloka TikTok videos about Loccal Collection Hotel Labuan Bajo, and had never stayed at Loccal Collection Hotel Labuan Bajo and never shared Tiktok Traveloka about the hotel. This study uses quantitative research methods by distributing online questionnaires via google form with 235 respondents. Each variable in this study was measured using a 5-point Likert scale. Respondents' answers were analyzed using the Structural Equation Model (SEM) analysis technique with Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that Aesthetic Design has a significant effect on Emotional Arousal and Quality Expectation. Emotional Arousal has a significant effect on Quality Expectation, Sharing Intention, and Booking Intention, and Quality Expectation has a significant effect on Booking Intention.

Keywords: *Aesthetic Design, Emotional Arousal, Quality Expectation, Sharing Intention, Hotel Booking Intention, TikTok.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB 2	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pemasaran	10
2.1.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	10
2.1.3. Periklanan	12
2.1.4. Aesthetic Design	13
2.1.5. Emotional Arousal	14
2.1.6. Quality Expectation	14
2.1.7. Sharing Intention.....	16
2.1.8. Booking Intention	17
2.2. Hubungan Antar Variabel	17
2.2.1. Hubungan Aesthetic Design dan Emotional Arousal	17
2.2.2. Hubungan Aesthetic Design dan Quality Expectation.....	18
2.2.3. Hubungan Aesthetic Design dan Booking Intention	19
2.2.4. Hubungan Emotional Arousal dan Quality Expectation.....	20
2.2.5. Hubungan Emotional Arousal dan Sharing Intention.....	20
2.2.6. Hubungan Emotional Arousal dan Booking Intention.....	21
2.2.7. Hubungan Quality Expectation dan Booking Intention.....	22
2.3. Penelitian Terdahulu	22
2.4. Model Analisis	24
BAB 3	26
METODE PENELITIAN	26
3.1. Pendekatan Penelitian	26
3.2. Identifikasi Variabel	26
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1. Aesthetic Design	26
3.3.2. Emotional Arousal	27

3.3.3. Quality Expectation	27
3.3.4. Sharing Intention.....	28
3.3.5. Booking Intention	28
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.7. Teknik Analisis.....	30
3.7.1. Measurement (Outer) Model.....	31
3.7.2. Structural (Inner) Model	31
BAB 4	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	32
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	34
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	34
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-Bulan.....	35
4.1.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Rata-rata Menginap.....	36
4.2. Deskripsi Tanggapan Responden	36
4.2.1. Deskripsi Variabel <i>Aesthetic Design</i>	37
4.2.2. Deskripsi Variabel <i>Emotional Arousal</i>	38
4.2.3. Deskripsi Variabel <i>Quality Expectation</i>	39
4.2.4. Deskripsi Variabel <i>Sharing Intention</i>	40
4.2.5. Deskripsi Variabel <i>Booking Intention</i>	41
4.3. Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	42
4.3.1. Pengujian Outer (Measurement) Model.....	42
4.3.1.1. Convergent Validity.....	43
4.3.1.2. Discriminant Validity.....	45
4.3.1.3. Construct Reliability.....	46
4.3.2. Pengujian Inner (Structural) Model.....	47
4.4. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	51
4.5. Pembahasan.....	51
4.5.1. Pengaruh Aesthetic Design terhadap Emotional Arousal.....	51
4.5.2. Pengaruh Aesthetic Design terhadap Quality Expectation	52
4.5.3. Pengaruh Aesthetic Design terhadap Booking Intention	52
4.5.4. Pengaruh Emotional Arousal terhadap Quality Expectation	54
4.5.5. Pengaruh Emotional Arousal terhadap Sharing Intention	54
4.5.6. Pengaruh Emotional Arousal terhadap Booking Intention	55
4.5.7. Pengaruh Quality Expectation terhadap Booking Intention	56
BAB 5	57
SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Saran	57
5.2.1. Saran bagi Pihak Akademisi	57
5.2.2. Saran bagi Praktisi	58
5.3. Keterbatasan Penelitian	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	34
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-Bulan.....	35
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Rata-Rata Menginap di Hotel dalam Setahun.....	36
Tabel 4.6. Kategori <i>mean</i> Tanggapan Responden.....	37
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Aesthetic Design</i>	37
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Emotional Arousal</i>	38
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Quality Expectation</i>	39
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Sharing Intention</i>	40
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Booking Intention</i>	41
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Convergent Validity (Loading Factor)</i>	45
Tabel 4.13. <i>Cross Loading</i>	46
Tabel 4.14. <i>Composite Reliability</i>	47
Tabel 4.15. R^2 <i>Value</i>	47
Tabel 4.16. <i>Path Coefficients</i>	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Top Apps Worldwide for October 2020 by Download</i>	2
Gambar 1.2. Tampilan Video TikTok Traveloka.....	5
Gambar 1.3. Tampilan TikTok Traveloka.....	5
Gambar 2.1. Model Analisis.....	24
Gambar 4.1. <i>Outer Loading</i> Tahap Pertama.....	43
Gambar 4.2. <i>Outer Loading</i> Tahap Kedua.....	42
Gambar 4.3. Hasil Bootstrapping.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 – KUESIONER.....	64
LAMPIRAN 2 – TABULASI DATA KUESIONER.....	68
KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	68
LAMPIRAN 3 – DESKRIPSI TANGGAPAN RESPONDEN.....	77
LAMPIRAN 4.....	95
LAMPIRAN 5 – HASIL OLAH DATA.....	95