

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran	13
2.1.2 Pemasaran Hotel.....	14
2.1.3 <i>Online Review</i>	16
2.1.3.1 <i>Review Usefulness</i>	17
2.1.3.2 <i>Review Volume</i>	18
2.1.3.3 <i>Review Timeliness</i>	18
2.1.3.4 <i>Review Valence</i>	19
2.1.4 <i>Price</i>	20
2.1.5 <i>Trust</i>	21
2.1.6 Kelompok Generasi.....	22

2.1.7. <i>Online Hotel Booking Intention</i>	24
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.2.1. <i>The Impact of Online Consumer Review to Online Hotel Booking Intention in Malaysia</i>	25
2.2.2. <i>Online Travel Behaviour Across Cohorts: The Impact of Social Influences and Attitude on Hotel Booking Intention</i>	26
2.3. Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1. Pengaruh <i>Review Usefulness</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i> .	29
2.3.2. Pengaruh <i>Review Volume</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	30
2.3.3. Pengaruh <i>Review Timeliness</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i> .	30
2.3.4. Pengaruh <i>Review Valence</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	31
2.3.5. Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	32
2.3.6. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	33
2.3.7. Perbedaan antara Generasi X dan Generasi Y Memoderasi pada Pengaruh <i>Online Consumer Review, Price, dan, Trust</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	35
2.4. Kerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	37
3.2. Identifikasi Variabel.....	37
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.3.1. Variabel Independen	38
3.3.2. Variabel Dependen.....	45
3.4. Skala Pengukuran.....	46
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	47
3.5.1. Data Primer	47

3.5.2. Data Sekunder	47
3.6. Populasi dan Sampel	48
3.7. Prosedur Pengumpulan Data	49
3.8. Teknik Pengujian Data	49
3.8.1. Uji Validitas	49
3.8.2. Uji Reliabilitas	50
3.9. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1. Karakteristik Demografi Responden	56
4.2.2. Deskripsi Tanggapan Responden	58
4.2.3. Deskripsi Variabel <i>Review Usefulness</i>	59
4.2.4. Deskripsi Variabel <i>Review Volume</i>	61
4.2.5. Deskripsi Variabel <i>Review Timeliness</i>	62
4.2.6. Deskripsi Variabel <i>Review Valence</i>	63
4.2.7. Deskripsi Variabel <i>Price</i>	64
4.2.8. Deskripsi Variabel <i>Trust</i>	65
4.2.9. Deskripsi Variabel <i>Online Hotel Booking Intention</i>	66
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	67
4.3.1. Hasil Uji Validitas	67
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	69
4.4. Uji Asumsi Klasik	69
4.4.1. Uji Normalitas	70
4.4.2. Uji Multikolinearitas	71

4.4.3. Uji Heterokedastisitas	71
4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
4.6. Hasil Uji Beda	74
4.6.1. Uji Normalitas Distribusi Data	74
4.6.2. <i>Mann Whitney U Test</i>	75
4.7. Pembahasan	77
4.7.1. Pengaruh <i>Review Usefulness</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i> ..	77
4.7.2. Pengaruh <i>Review Volume</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	79
4.7.3. Pengaruh <i>Review Timeliness</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i> ...	79
4.7.4. Pengaruh <i>Review Valence</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	80
4.7.5. Pengaruh <i>Review Price</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	81
4.7.6. Pengaruh <i>Review Trust</i> terhadap <i>Online Hotel Booking Intention</i>	82
4.7.7. Perbedaan Generasi X dan Generasi Y pada variable <i>Online Consumer Review, Price, Trust, dan Online Hotel Booking Intention</i>	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	86
5.2. Implikasi Manajerial	86
5.2. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN