Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085

Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMAR MELALUI APLIKASI *ONLINE* TIKET.COM DI HOTEL BAMBOO KOTA BOGOR

Robby Rubianto Sebayang[1]*, Pipin Noviati Sadikin[2]
[1, 2] Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Bogor, Indonesia
Email : Robbysebayang25@gmail.com[1], novypipinsadikin@gmail.com[2]

ABSTRACT

Business developments have triggered increasingly fierce competition in the hotel industry, striving to increase hotel occupancy rates. Therefore, to win the competition, the Bamboo Hotel in Bogor City uses an Onlineapplication developed by the Bamboo Hotel for Onlineroom reservations. This study aims to influence room purchase decisions through the Tiket.com Onlineapplication at the Bamboo Hotel in Bogor City. The method used in this study was a descriptive quantitative survey approach using a questionnaire distributed to 107 respondents. Data analysis techniques used the Mean, Median, Mode, and a continuous line. The results showed that the overall weighted average service quality score was 463.6, with a Median of 4 and a Mode of 5. Based on these results, respondents preferred to book rooms through the Onlineapplication, thus the hotel management is promoting Onlineroom reservations more.

***Keywords**: room sales, hotel, Online application*

Article History
Received: Agustus 2025
Reviewed: Agustus 2025
Published: Agustus 2025

Plagirism Checker No 237 DOI : Prefix DOI : 10.8734/panorama.v1i1.1395 **Copyright : Author Publish by : Panorama**

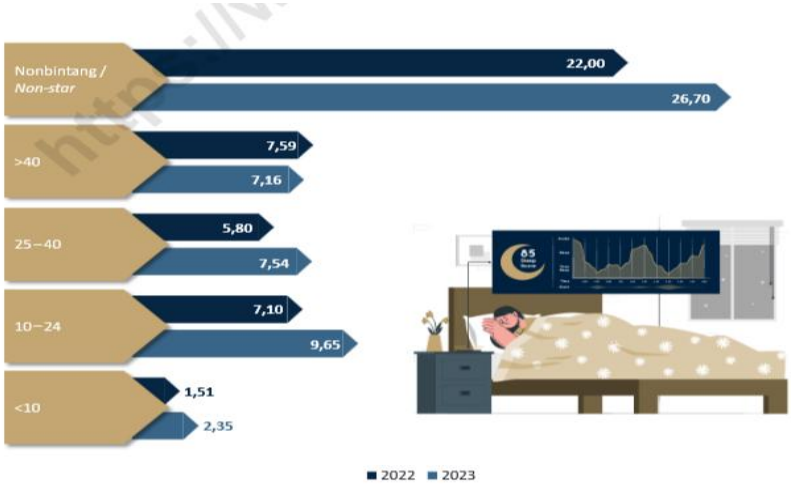
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan destinasi wisata yang merupakan aset yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk menopang perekonomian bangsa. Perhotelan menjadi bagian integratif dari sektor pariwasata di indonesia, Hotel sebagai pilihan tempat tinggal para wisatawan baik, wisatawan domestik maupun asing berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas kenyamanan yang dapat dinikmati selama kunjungan (Hariyati & Sovianti 2021).

Hotel merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa, khususnya akomodasi. Pada dasarnya, kedatangan tamu di Hotel adalah untuk tujuan istirahat atau urusan bisnis. Oleh karena itu, Hotel perlu memberikan pelayanan bagi para tamunya, seperti ruangan dan kamar harus bersih, nyaman, dan aman yang merupakan kebutuhan konsumen. Aspek tersebut menjadi kewajiban pihak Hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Perkembangan bisnis memicu industri perhotelan melakukan persaingan yang semakin ketat dalam usaha peningkatan tingkat hunian kamar yang dimiliki oleh masing-masing Hotel.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395



Gambar 1 Tingkat Hunian Kamar Di kota Bogor Tahun 2023
Sumber : BPS, 2024

Berdasarkan data di atas bahwa persentase non bintang tahun 2022 lebih rendah dari tahun 2023 berdasarkan populasi yang ter data di tingkat hunian kamar di kota Bogor. Sejalan dengan fenomena persaingan bisnis industri perhotelan, maka efektivitas strategi manajemen dan pemasaran Hotel menjadi penentu utama bagi Hotel dalam menghadapi persaingan. Salah satu strategi adalah dengan memanfaatkan aspek digitalisasi manajemen per Hotelan. Digitalisasi memainkan peran signifikan, terutama dalam transformasi perilaku konsumen dalam memilih dan memesan akomodasi. Peningkatan pemesanan Hotel secara *Online* tercatat meningkat setiap tahun, menunjukkan bahwa konsumen semakin bergantung pada metode digital.

Faradila (2019) mencatat bahwa penerapan digital *marketing*, termasuk pemanfaatan media sosial dan berbagai platform digital, sangat berpengaruh terhadap keputusan pemesanan kamar Hotel. Selain itu, ulasan *Online* juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan memengaruhi niat pemesanan secara digital (Listyorini & Ridanata, 2024). Hotel Bamboo merupakan Hotel Bintang 2 (dua) yang berada di Kota Bogor. Hotel ini merupakan Hotel yang banyak direkomendasikan di Kota Bogor. Hotel Bamboo memiliki kamar yang berjumlah 52 kamar dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti *room service*, layanan kamar, akses jaringan internet.

Tabel 1 Market Segmen

Bulan	Tahun	Market Segment			Tingkat Hunian
		Manual	Aplikasi *ONLINE*	WA	
Januari	2025	1144 (98,45)	(0%)	18 (1,55%)	**72,08%**
Februari	2025	1022 (97,71%)	4 (0,38%)	20 (1.91%)	**71,84%**
Maret	2025	621 (83,4%)	86 (11,5%)	38 (5,1%)	**69,23%**
April	2025	732 (88,2%)	81 (9,8%)	17 (2,0%)	**68,46%**
Mei	2025	715 (82,5%)	94 (10,9%)	57 (6,6%)	**70,41%**

Sumber : Data Dari Hotel Bamboo Bogor, 2025

Dari tabel data diatas Hotel Bamboo Bogor Hotel berbintang 2 ini menawarkan harga kamar berkisar antara Rp. 180.000 hingga Rp. 380.000 (termasuk PPN) dengan lima tipe kamar yang tersedia. Untuk meningkatkan layanan dan kemudahan akses bagi konsumennya, Hotel ini menyediakan aplikasi pemesanan sendiri, yaitu "TRAVELSINU", serta menjalin kerja sama dengan agen perjalanan *ONLINE* TIKET.COM yang berlaku mulai Januari 2025. Kehadiran dua saluran pemesanan ini memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana perilaku konsumen dalam memilih dan membeli paket wisata yang ditawarkan oleh *agent* yang bekerja sama dengan Hotel tersebut. Berdasarkan data tamu Hotel Bamboo, *Travel* pada Januari 2025

Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395
ISSN: 3031-5085

pemesanan hanya dilakukan melalui onsite (98,45%) dan melalui whatsapp (1,55%), sementara pada Februari 2025 pemesanan melalui *onsite* masih mendominasi yakni sebesar 97,71%, melalui Whatsapp sebesar 1.91%, dan melalui Tiket.com sebesar 0.38%. Dibulan Maret 2025 pemesanan melalui onsite (83,4%) dan melalui Whatsapp sebesar (5,1%) dan melalui Tiket.com sebesar (11,5%), sementara pada bulan april 2025 pemesanan melalui onsite (88,2%) dan melalui Whatsapp sebesar (2,0%) dan melalui Tiket.com sebesar (9,8%), sedangkan pada bulan Mei 2025 pemesanan melalui onsite (82,5%) dan melalui Whatsapp sebesar (6,6%) dan melalui Tiket.com sebesar (10,9%).

Dalam menjalankan bisnisnya Hotel Bamboo berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memahami faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan latar belakang, peneliti ingin meneliti sejauh mana pemanfaatan aplikasi *ONLINE* dalam pembelian paket wisata di Hotel Bamboo, maka peneliti akan melakukan penelitian berjudul : "Faktor Yang Memengaruhi Keputusan pembelian Kamar Melalui Aplikasi *ONLINE* Tiket. Com Di Hotel Bamboo Kota Bogor"

LITERATURE REVIEW

Hotel

Secara harfiah kata hotel berasal dari kata *hospitium* (bahasa Latin) berarti ruangan tamu yang berada dalam suatu *monastery* yang kemudian kata *hospitium* di Perancis dipadukan dengan kata *hospes* lalu menjadi *hospice*. Untuk beberapa lama kata *hospice* tidak mengalami perubahan. Dalam perkembangan selanjutnya, setelah melalui proses pengertian dan analogi yang sangat lama untuk membedakan antara *guest house* dengan *mansion house* (sebuah rumah besar), maka rumah besar tersebut disebut hostel. Kata hostel ini terus menerus digunakan orang, lambat laun huruf "s" pada kata hostel menghilang atau dihilangkan, menjadi hotel seperti apa yang kita kenal sekarang ini (Solihin et al., 2021).

Teori Perilaku Konsumen

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam industri pariwisata, termasuk cara konsumen memesan paket wisata di aplikasi *Online*. Salah satu inovasi yang muncul adalah penggunaan aplikasi *Online* di Hotel untuk memfasilitasi pembelian kamar. Pada bagian ini, akan dibahas konsep-konsep yang mendasari fenomena tersebut, meliputi perilaku konsumen, teknologi aplikasi *Online*, dan intergrasi layanan Hotel dengan paket wisata (Sutojo, 2002).

Faktor-faktor proses Konsumen mengambil keputusan membeli barang atau jasa melalui satu proses tertentu. Proses pengambilan keputusan membeli tersebut terdiri dari lima tahap (Sutojo, 2002) yaitu :

1. Pengenalan kebutuhan. Konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah, seperti lapar dan perlu membeli makanan. Pengenalan ini bisa dipicu oleh pengalaman, iklan, atau rekomendasi.
2. Pencarian alternatif informasi. Setelah kebutuhan diidentifikasi, konsumen mencari informasi tentang produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan, melalui internet, teman, ulasan, atau kunjungan ke toko.
3. Penilaian informasi terkumpul. Konsumen mengevaluasi informasi yang dikumpulkan untuk membandingkan alternatif berdasarkan harga, kualitas, merek, dan figur, guna menentukan pilihan yang paling sesuai.
4. Keputusan membeli. Setelah evaluasi, konsumen memutuskan untuk membeli produk atau jasa tertentu, dipengaruhi oleh pengalaman, rekomendasi, dan faktor praktis seperti lokasi dan kemudahan pembayaran.
5. Evaluasi sesudah pembelian. Setelah pembelian, konsumen menilai pengalaman dengan produk, apakah memenuhi harapan, yang dapat mempengaruhi di masa depan dan rekomendasi kepada orang lain.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

Aplikasi Online

Perkembangan teknologi yang terjadi juga menyebabkan berbagai perubahan di berbagai bidang. Mulai dari gaya hidup, tren konsumsi hingga pemasaran bisnis suatu perusahaan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat ini pula, banyak masyarakat yang merasakan kemudahan dalam bertransaksi dan berbelanja secara *Online*. Berbagai macam barang dan jasa bisa didapatkan secara *Online* seperti makanan, pakaian, layanan antar jemput, kebutuhan sehari-hari bahkan pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel dan tiket rekreasi. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *e-commerce* adalah Tiket.com. Tiket.com menyediakan layanan pemesanan tiket perjalanan seperti pesawat dan kereta api serta pemesanan hotel secara *Online*. Seiring dengan perkembangan dan tuntutan kebutuhan masyarakat luas, Tiket.com juga menyediakan paket rekreasi, sewa mobil, *event*, dan atraksi. Banyaknya aplikasi serupa yang menyediakan pemesanan tiket pesawat secara *Online* menyebabkan persaingan yang sangat ketat antar perusahaan yang berkaitan. Masyarakat akan menjadi lebih selektif untuk memilih transaksi *Online* yang terbaik baginya. Untuk dapat mengatasi hal tersebut perusahaan Tiket.com harus mampu memberikan harga yang bersaing, promosi penjualan secara *Online* yang menarik minat masyarakat serta kualitas pelayanan yang baik sehingga masyarakat dapat merasakan kepuasan (Putri et al., 2024).

Dalam era digital saat ini, teknologi telah menjadi bagian integral dari hampir semua aspek kehidupan, termasuk cara kita melakukan reservasi hotel. Teknologi terkini telah memungkinkan hotel untuk mengautomasi banyak proses yang sebelumnya harus dilakukan secara manual, seperti pencatatan pemesanan dan pembayaran. Selain itu, teknologi juga telah memungkinkan hotel untuk menawarkan layanan yang lebih baik kepada tamu, seperti kemampuan untuk melakukan pemesanan *Online*, atau kemampuan untuk memilih kamar tertentu.(Noviati, 2019) Dengan adanya teknologi, proses pemesanan hotel menjadi lebih efisien dan cepat, tamu tidak perlu lagi datang langsung ke hotel untuk melakukan pemesanan, tetapi cukup melakukannya dari rumah atau kantor mereka melalui internet. Ini tentunya sangat menghemat waktu dan tenaga. Selain itu, dengan adanya sistem pemesanan *Online*, tamu juga dapat melihat ketersediaan kamar dan harga kamar secara *real-time*. Mereka juga dapat memilih kamar yang mereka inginkan berdasarkan foto atau deskripsi yang disediakan oleh hotel di situs web.(Hidayatun et al., 2017) Namun, ada juga tantangan yang mungkin dihadapi oleh hotel dalam proses ini. Misalnya, hotel perlu memastikan bahwa sistem yang digunakan aman dan dapat melindungi data pribadi tamu. Selain itu, hotel juga perlu memastikan bahwa staf mereka terlatih dan mampu menggunakan teknologi baru.

METODE

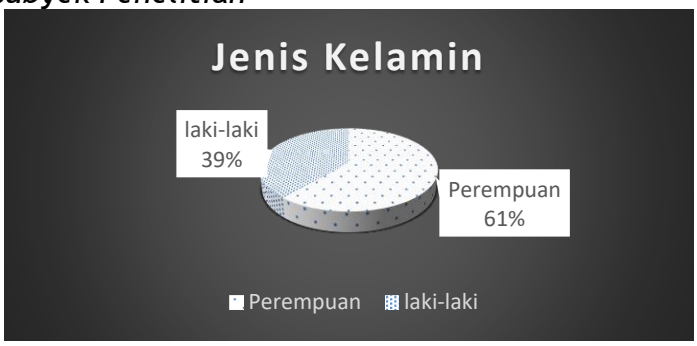
Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dan fenomena perilaku pembelian paket wisata melalui aplikasi *Online* di Hotel Bamboo Kota Bogor secara sistematis dan objektif. Penelitian dilaksanakan selama enam bulan, dari Januari hingga Juni 2025, dengan lokasi di Hotel Bamboo yang beralamat di Jl. Sholeh Iskandar No. 25, Cibadak, Kecamatan Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh tamu yang menginap di Hotel Bamboo selama dua bulan terakhir, dengan acuan jumlah pengunjung bulan Februari 2025 sebanyak 1.052 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan (*margin of error*) 10%, sehingga diperoleh sampel minimum sebanyak 92 responden, namun dalam praktiknya diperoleh 107 responden yang mengisi kuesioner, sehingga data yang dianalisis berasal dari 107 responden untuk meningkatkan validitas hasil. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner sebagai data primer yang disebarkan kepada para pengunjung hotel, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur, buku, jurnal, dan dokumen-dokumen pendukung lainnya. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan penghitungan nilai rata-rata (*Mean*), *Median*, *Modus*, dan standar deviasi. Hasil tanggapan responden kemudian diinterpretasikan menggunakan skala Likert dengan lima

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

kategori dan divisualisasikan dalam bentuk garis kontinum untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kecenderungan jawaban responden. Interpretasi skor dilakukan dengan mengalikan jumlah responden (107 orang) dengan skor tertinggi skala Likert (5), menghasilkan skor maksimum 535 yang dibagi menjadi lima interval kategori. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih paket wisata melalui aplikasi *Online* di Hotel Bamboo Bogor.

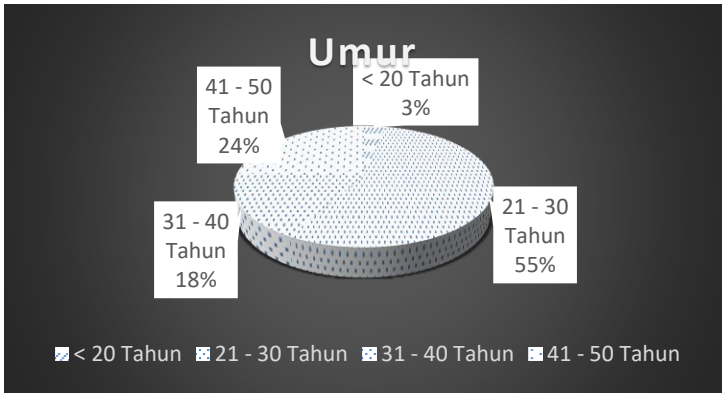
HASIL KARYA DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografis Subyek Penelitian



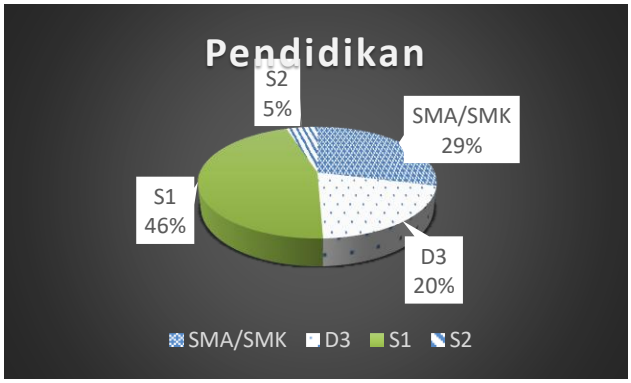
Gambar 2. Diagram Pie Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 2 dari responden Tamu Hotel Bamboo yang berjumlah 160 responden, karakteristik responden yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin sebagian besar terdiri dari perempuan dengan persentase sebanyak 61%. Sisanya 39% terdiri dari Laki-laki. Hal ini berarti bahwa pada periode penelitian ini, pengunjung perempuan lebih banyak dibandingkan pengunjung laki-laki.



Gambar 3 Diagram Pie Berdasarkan Umur

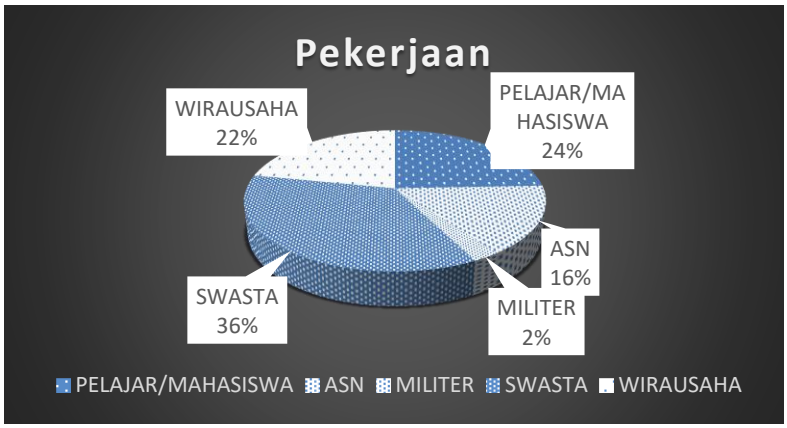
Berdasarkan Gambar 3 mengenai karakteristik Tamu Hotel Bamboo berdasarkan umur, Sebagian besar Tamu Hotel Bamboo berusia 21-30 tahun, persentase sebesar 78%. Hal ini mengungkapkan bahwa Tamu Hotel Bamboo kebanyakan adalah pengunjung berusia dewasa muda.



Gambar 4. Diagram Pie Berdasarkan Pendidikan

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

Berdasarkan Gambar 4 mengenai karakteristik Tamu Hotel Bamboo berdasarkan Pendidikan Terakhir, Sebagian besar Tamu Hotel Bamboo Tamatan Terakhir adalah S1 dengan persentase sebesar 57%. Hal ini mengungkapkan bahwa Tamu Hotel Bamboo kebanyakan adalah pengunjung Tamatan Pendidikan Terakhir S1.



Gambar 5 Diagram Pie Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Gambar 5 mengenai karakteristik Tamu Hotel Bamboo berdasarkan Pekerjaan, Sebagian besar Tamu Hotel Bamboo Pekerjaan adalah Pegawai Swasta dengan persentase sebesar 48%. Hal ini mengungkapkan bahwa Tamu Hotel Bamboo kebanyakan adalah pengunjung dengan pekerjaan Pegawai Swasta.

Hasil Faktor yang Memengaruhi Responden Untuk Pembelian Kamar Melalui Aplikasi

Tabel 2 Hasil perhitungan pernyataan angket mengenai pemesanan melalui aplikasi

Jumlah Responden	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	SKOR
8			✓			8 x 3 = 24
50				✓		50 x 4 = 200
49					✓	49 x 5 = 245
Total						469
Persentase	0,0%	0,0%	7%	47%	46%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	Nilai
Rata – rata Tertimbang	31,27
Median	4
Modus	4
Standar Deviasi	118.96

Berdasarkan tabel tersebut , sebagian besar responden memberikan penilaian Setuju dengan elemen yang dinilai, dengan skor total 469. Nilai rata-rata tertimbangnya adalah 31.27, yang menunjukkan kecenderungan umum dari penilaian responden. *Median* nya adalah 4, yang menunjukkan bahwa setengah dari responden memberikan penilaian di bawah atau setara dengan nilai tersebut yaitu Sangat Setuju. *Modus*, nilai yang paling sering dilihat, juga menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memilih opsi yang Setuju (Skor 5). Tetapi standar deviasi yang tinggi, 118.96 menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam pendapat responden. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun sebagian besar orang Setuju, masih ada perbedaan pendapat yang cukup besar di antara responden tentang hal-hal yang dinilai.

Tabel 4. Hasil perhitungan pernyataan angket memesan kamar melalui aplikasi karena kebutuhan

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

45					✓	45x5 = 225
57				✓		57x4 = 228
5			✓			5x3 = 15
TOTAL					468	
Persentase	0,0%	0,0%	5%	53%	42%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	Nilai
Rata-rata tertimbang	31.2
Median	4
Modus	4
Standar Deviasi	108.65

Berdasarkan Tabel 5 Hasil perhitungan angket tentang pemesanan kamar melalui aplikasi berdasarkan kebutuhan menunjukkan bahwa dari 107 responden yang menjawab, skor totalnya 468. Tidak ada responden yang memilih Sangat Tidak Setuju (STS) atau Tidak Setuju (TS) dalam penelitian ini. Dari hasilnya, 45 responden memberikan skor Sangat Setuju (skor 5), 57 orang memberikan skor Setuju (skor 4), dan 5 orang memberikan skor Netral (skor 3). Sebagian besar peserta cenderung Setuju dengan pernyataan tersebut, seperti yang ditunjukkan oleh skor rata-rata tertimbang 31.2 dan skor 4 untuk *Median* dan *Modus*. Namun, variasi yang signifikan dalam pendapat responden ditunjukkan oleh standar deviasi yang tinggi, 108.65 Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa pemesanan kamar melalui aplikasi berdasarkan kebutuhan dinilai positif.

Tabel 6. Hasil perhitungan angket mencari alternatif untuk memesan kamar melalui aplikasi sangat penting

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR
57					✓	57x5 = 285
47				✓		47x4 = 188
3			✓			3x3 = 9
TOTAL					482	
Persentase	0,0%	0,0%	3%	44%	53%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	Nilai
Rata-Rata Tertimbang	32.13
Median	5
Modus	5
Standar Deviasi	118.48

Berdasarkan Tabel 7 Hasil perhitungan angket menunjukkan betapa pentingnya hal ini bagi responden. Dari 57 orang yang menjawab Sangat Setuju (SS), 47 memberikan penilaian Setuju (S), sementara 3 memberikan penilaian Netral (N), dengan total skor 482. Skor rincinya adalah 285 untuk Sangat Setuju (SS) dan 188 untuk Setuju (S). Menurut analisis statistik, rata-rata tertimbang adalah 32.13, *Median* adalah 5 dan *Modus* adalah 5. Standar deviasi adalah 118.48. Data menunjukkan bahwa aplikasi pemesanan kamar sangat disukai pengguna.

Tabel 8. Hasil Perhitungan angket mencari informasi lain tentang kamar hotel melalui aplikasi

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR
53					✓	53x5 = 265

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

49				✓		49x4 = 196
5			✓			3x5 = 15
TOTAL					476	
Persentase	0,0%	0,0%	4.67%	45.79%	49.53%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	Nilai
Rata-Rata Tertimbang	31.73
Median	4
Modus	5
Standar Deviasi	112.74

Berdasarkan Tabel 9 Hasil angket yang dilakukan melalui aplikasi mengenai informasi kamar hotel menunjukkan bahwa 49.53% dari 53 orang yang menjawab Sangat Setuju (SS) dan 45.79% Setuju (S), dengan total skor 476. Rincian skor mencakup 265 untuk SS dan 196 untuk S, dengan rata-rata tertimbang 31.73, dengan *Median* 4 dan *Modus* 5, dan standar deviasi 112.74. Hasil ini menunjukkan betapa pentingnya menggunakan aplikasi untuk mendapatkan informasi tentang kamar hotel.

Tabel 10 Tabel Hasil Perhitungan angket ulasan *Online* mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli kamar hotel

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR
67					✓	67x5 = 335
32				✓		32x4 = 128
8			✓			8x3 = 24
TOTAL					487	
Persentase	0,0%	0,0%	7%	30%	63%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 11 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	NILAI
Rata-Rata Tertimbang	32.47
Median	5
Modus	5
Standar Deviasi	127.87

Berdasarkan Tabel 10 Hasil angket menunjukkan bahwa 63% dari 67 responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) dan 30% Setuju (S), dengan skor total 487; rata-rata tertimbang adalah 32.47, *Median* adalah 5, *Modus* adalah 4 dan standar deviasi adalah 127.87. Hasilnya menunjukkan bahwa ulasan *Online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan seseorang untuk membeli kamar hotel.

Tabel 12 Hasil perhitungan angket mendapat informasi hotel dari platform media informasi (google,facebook,instragram, dll)

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR
51					✓	51x5 = 255
49				✓		49x4 = 196
6			✓			6x3 = 18
1		✓				2x1 = 2
TOTAL					453	
Persentase	0,0%	0.93%	5.61%	45.79%	47.66%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

Tabel 13 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	NILAI
Rata-rata Tertimbang	31.4
Median	4
Modus	5
Standar Deviasi	109.00

Berdasarkan Tabel 12 Hasil perhitungan angket menunjukkan bahwa responden menggunakan platform media sosial seperti Google, Facebook, dan Instagram untuk mendapatkan informasi tentang hotel. Hasil angket menunjukkan bahwa dari 51 responden memilih Sangat Setuju (SS) dengan skor 255, 49 responden memilih Setuju (S) dengan skor 196, 6 responden memilih Netral(N) dengan skor 18, skor 2 responden memilih Tidak Setuju(TS). Total keseluruhan 453 dengan *Median* 4 dan *Modus* 5 beserta standar deviasi 109.00

Tabel 14 Hasil perhitungan angket Apakah ulasan *Online* mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli kamar hotel

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR
51					✓	51x5 = 255
44				✓		44x4 = 176
11			✓			11x3 = 33
1		✓				2x1 = 2
TOTAL					466	
Persentase	0,0%	0.93%	10.28%	41.12%	47.66%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 15 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	Nilai
Rata-Rata Tertimbang	31.07
Median	5
Modus	5
Standar Deviasi	103.60

Berdasarkan Tabel 14 Hasil angket menunjukkan bahwa dari 51 responden Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, menghasilkan total skor 255, 44 responden menjawab Setuju (S) dengan skor 4, menghasilkan total skor 176, 11 responden menjawab Netral (N) dengan skor 3, menghasilkan total skor 33, dan 1 responden menjawab Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, menghasilkan total skor 2. Total skor keseluruhan adalah 466. Total skor keseluruhan responden 466 dengan rata-rata tertimbang 31.07, *Median* 5, *Modus* 5, dan standar deviasi 103.60

Tabel 16 Hasil Perhitungan angket apakah anda merasa lebih nyaman memesan paket kamar hotel secara digital dibandingkan dengan metode pemesanan secara langsung

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR
39					✓	39x5 = 255
42				✓		42x4 = 176
24			✓			25x3 = 33
1		✓				2x1 = 2
1	✓					1x1 = 1
TOTAL					438	
Persentase	0,9%	1%	22.4%	39.3%	36.4%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 17 Hasil statistik pernyataan angket

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN: 3031-5085
Vol 4 No 2 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.34833/panaroma. v1i1.1395

Keterangan	Nilai
Rata-Rata Tertimbang	29.2
Median	5
Modus	4
Standar Deviasi	81.33

Berdasarkan Tabel 16 Hasil angket digital tentang kenyamanan pemesanan paket kamar hotel menunjukkan bahwa dari total responden, 39 Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, yang menghasilkan total skor 195, 42 Setuju (S) dengan skor 4, yang menghasilkan total skor 168, 24 Netral (N) dengan skor 3, yang menghasilkan total skor 72, dan 2 Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) yang menghasilkan total skor 1, masing-masing. Total skor 438, rata-rata tertimbang 29.2, *Median* 5, *Modus* 4, dan standar deviasi 88.33.

*Tabel 18 Hasil perhitungan angket pernyataan Seberapa puas Anda dengan kemudahan pemesanan kamar melalui platform yang ada

Jumlah responden	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)	SKOR
45					✓	45x5 = 225
55				✓		55x4 = 220
7			✓			7x3 = 21
TOTAL					466	
Persentase	0,0%	0,0%	7%	51%	42%	100%

Dengan hasil statistik pernyataan angket sebagai berikut:

Tabel 19 Hasil statistik pernyataan angket

Keterangan	Nilai
Rata-Rata Tertimbang	31.07
Median	4
Modus	4
Standar Deviasi	105.86

Berdasarkan Tabel 18 Hasil angket tentang kepuasan terhadap kemudahan pemesanan kamar melalui platform menunjukkan bahwa dari total responden, 45 Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, total 255, dan 55 Setuju (S) dengan skor 220, 7 responden Netral (N), dengan skor 3, total 21, dan total skor 684, dengan persentase 0,0% Sangat Tidak Setuju, 0,0% Tidak Setuju, 7% Netral, 51% Setuju, dan 42% Sangat Setuju. Tingkat kepuasan responden diwakili oleh rata-rata tertimbang 31.07, *Median* 4, *Modus* 4, dan standar deviasi 105.86

Pembahasan

Penelitian mengenai perilaku pembelian penjualan kamar melalui aplikasi *Online* Tiket.com di Hotel Bamboo Kota Bogor dilakukan dengan menyebarkan angket kepada tamu hotel, yang mencakup lima aspek utama dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian alternatif informasi, penilaian berbagai informasi, keputusan membeli, dan evaluasi sesudah membeli. Total terdapat sembilan pernyataan yang dianalisis. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pada aspek pengenalan kebutuhan, diperoleh nilai *Mean* sebesar 46,535 dengan *Median* 4, *Modus* 4, dan standar deviasi 165,305, yang menunjukkan bahwa responden cukup mengenali kebutuhan akan pemesanan kamar. Pada aspek pencarian informasi alternatif, nilai *Mean* sebesar 47,3 dengan *Median* dan *Modus* 5 serta standar deviasi 166,01 menunjukkan bahwa responden aktif mencari informasi tambahan melalui media sosial. Penilaian informasi memiliki *Mean* 47,13, *Median* 4, *Modus* 5, dan standar deviasi 165,94, yang mengindikasikan bahwa responden menilai secara kritis informasi yang diterima sebelum memutuskan untuk memesan kamar.

Sementara itu, aspek keputusan membeli menunjukkan *Mean* 44,135 dengan *Median* dan *Modus* 5 serta standar deviasi 134,32, yang mengungkapkan bahwa responden telah mengambil

keputusan untuk memesan kamar meskipun nilai ini merupakan yang terendah dibandingkan aspek lainnya, kemungkinan disebabkan oleh faktor kenyamanan yang menjadi pertimbangan utama saat memilih metode pemesanan. Pada aspek evaluasi sesudah membeli, diperoleh *Mean* sebesar 45,60 dengan *Median* dan *Modus* 4 serta standar deviasi 143,27, yang menunjukkan bahwa responden melakukan evaluasi atas pengalaman mereka setelah memesan kamar. Secara keseluruhan, nilai rata-rata tertimbang dari seluruh aspek adalah 110,44 dengan *Median* 4, *Modus* 5, dan standar deviasi 12,30. Skor keseluruhan yang diperoleh dari total responden adalah 463,6 yang menunjukkan kecenderungan responden memilih antara kategori Setuju dan Sangat Setuju pada garis kontinum sebesar 21,65. Hal ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden merasa dimudahkan dalam melakukan pemesanan kamar melalui aplikasi *Online*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Tiket.com untuk pemesanan kamar di Hotel Bamboo Kota Bogor telah memberikan pengalaman yang positif bagi responden. Penggunaan aplikasi tersebut mempermudah proses reservasi dan memberikan akses informasi yang cepat dan lengkap. Berdasarkan hasil perhitungan statistik, dapat disarankan bahwa pihak manajemen hotel perlu mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan digital ini untuk memperkuat pengalaman pelanggan. Temuan ini juga diperkuat oleh hasil penelitian serupa oleh Aini (2021) yang dilakukan di MG Suite Hotel Semarang, di mana konsumen menunjukkan preferensi tinggi terhadap sistem reservasi *Online* karena kemudahan dan efisiensinya.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa industri perhotelan, sebagai penyangga utama pariwisata, memerlukan layanan yang efisien, efektif, serta memenuhi standar kebersihan dan kenyamanan bagi tamu. Pemesanan kamar melalui aplikasi *Online* seperti Tiket.com terbukti memberikan kemudahan dan efisiensi bagi konsumen dalam mengakses informasi serta melakukan reservasi. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada 107 responden tamu Hotel Bamboo Kota Bogor, diperoleh nilai rata-rata tertimbang sebesar 110,44, *Median* 4, *Modus* 5, dan standar deviasi 12,30, yang mengindikasikan preferensi kuat terhadap pemesanan *Online*. Faktor ulasan *Online* menjadi yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen, dengan skor tertinggi sebesar 487 serta *Median* dan *Modus* sebesar 5, meskipun adanya standar deviasi sebesar 127,87 menunjukkan keragaman pendapat responden. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas ulasan *Online* sangat menentukan dalam menarik minat pelanggan. Oleh karena itu, disarankan agar pihak Hotel Bamboo mengoptimalkan layanan pemesanan melalui aplikasi, memberikan edukasi kepada staf untuk mendorong tamu menggunakan platform *Online* seperti Tiket.com, serta meningkatkan kualitas layanan agar menghasilkan ulasan positif yang dapat memperkuat kepercayaan konsumen. Selain itu, pengembangan sistem *check-in Online* juga perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi pelayanan di era digital saat ini.

REFERENSI

Aini, A. N. (2021). Faktor Yang Mendorong Tamu Dalam Melakukan Reservasi Hotel Secara *Online* di MG Suites Hotel Semarang. Gemawisata: *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 17(1), 51–59.

Hidayatun, N., Rosmiati, M., & Saputro, E. (2017). "Aplikasi E-Reservation Untuk Pemesanan Kamar Pada Hotel Hinâs." Sistem Informasi, 14(1), 57–62. http://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/techno/article/view/185/162

Kerangka_Berpikir_Sugiyono_2011. (n.d.).

Maulina, L. (2023). Revitalisasi_Industri_Perhotelan_Dengan_Inovasi_Te. JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*), 7(1), 504–519.

Noviati, S. P. (2019). Industri Perhotelan - Halal. 143. http://www.tourism.gov.my

Nurul Amelia Putri, Syuryatman Desri, Jeri Lailatul Akbar, & Sannia Reivany. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Tiket

Pesawat Secara *ONLINE* pada Situs Tiket.com di Sumatera Barat. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 1099–1110. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2626

Solihin, Damayanti, I. A. K. W., & Suardani, M. (2021). Pengantar Hotel dan Restoran. Pengantar Hotel Dan Restoran, 41.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). 1–781.

Sugiyono. (2022). Identifikasi Perilaku Bidang Pengembangan Moral Anak Kelompok B Di Tk It Al-Dhaifullah Desa Betung Kecamatan Abab Kabupaten. Alfabeta,Bandung, 27–44. https://repository.unsri.ac.id/106058/

Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2020). Perancangan Strategi Digital Marketing Communication Bagi Industri Perhotelan Dalam Menjawab Tantangan Era Posmodern. Bricolage : *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 051. https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2067