

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP  
(STUDI PADA OTA)**

TESIS

Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
untuk Memenuhi Sebagiaian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Magister Manajemen  
Program Studi Ilmu Manajemen

OLEH  
PUTU SATCITANANDADEWI  
NIM 2029131046








**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Tesis oleh Putu Satcitanandadewi ini telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Program Studi Ilmu Manajemen, Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Disetujui pada tanggal: 12 Januari 2023

	Oleh	
	Tim Penguji	
..... 	Ketua	(Trianasari M.M., Ph.D) NIP. 197006062002122002
..... 	Anggota	(Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D) NIP. 198002172002122001
..... 	Anggota	(Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par., M.Par) NIP. 198104162005012002
..... 	Anggota	(Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si) NIP. 198502202010121007
..... 	Anggota	(Dr. Ni Kadek Sinarwati, S.E., M.Si., Ak) NIP. 197210202010122002

Mengetahui  
Direktur Pascasarjana Undiksha,


Prof. Dr. I Gusti Putu Suharta, M.Si  
NIP. 196212151988031002

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Tesis oleh Putu Satcitanandadewi ini telah diperiksa dan disetujui untuk

Mengikuti Ujian Tesis.

Singaraja, 12 Januari 2023

Pembimbing I



Trianasari M.M., Ph.D  
NIP. 197006062002122002

Pembimbing II



Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D  
NIP. 198002172002122001

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah, serta etika akademis.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Singaraja, 12 Januari 2023  
Yang memberi pernyataan,



Putu Satcitanandadewi

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah-Nya, sehingga tesis yang berjudul: “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Menginap (Studi pada OTA)” dapat diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan. Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi Ilmu Manajemen. terselesaikannya tesis ini telah banyak memperoleh uluran tangan dari berbagai pihak. Untuk itu, ijinkan penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut.

1. Trianasari M.M., Ph.D, sebagai pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi yang demikian bermakna, sehingga penulis mampu melewati berbagai hambatan dalam perjalanan studi dan penyelesaian tesis ini;
2. Putu Indah Rahmawati, SST.Par., M.Bus., Ph.D, sebagai pembimbing II, yang dengan gaya dan pola komunikasi yang khas, telah melecut semangat, motivasi, dan harapan penulis selama penelitian dan penulisan naskah laporan tesis ini, sehingga tesis ini dapat terwujud dengan baik sesuai harapan;
3. Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par., M.Par, Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si dan Dr. Kadek Sinarwati, S.E., M.Si., Ak. sebagai penguji yang telah banyak memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan tesis ini;
4. Koordinator Program Studi dan staf dosen pengajar yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis selama penyusunan tesis ini;
5. Direktur Pascasarjana Undiksha dan staf, yang telah banyak membantu selama penulis menyelesaikan tesis ini;
6. Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan bantuan secara moral dan memfasilitasi berbagai kepentingan penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
7. Rekan-rekan Angkatan Tahun 2020 di Program Studi Ilmu Manajemen yang dengan karakternya masing-masing telah banyak berkontribusi membentuk kedirian penulis selama menjalani studi dan penyelesaian tesis ini.
8. Ayah dan Ibu, I Nyoman Arsa dan Ni Luh Eka Ariani yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dorongan moral dan doa terbaik untuk saya selama penyusunan tesis ini;

Semoga semua bantuan yang telah mereka berikan dalam menyelesaikan studi ini, mereka diberkati imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, kesehatan, dan keharmonian dalam menjalani kehidupan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini belum sempurna. Namun, kehadirannya dalam konstelasi masyarakat akademis akan menambah perbendaharaan ilmu dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Semoga tesis ini bermanfaat bagi masyarakat akademis, terutama mereka yang menyatakan diri bernaung di bawah kebesaran panji- panji pendidikan.

Singaraja, 12 Januari 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.7 Penjelasan Istilah.....	12
1.8 Rencana Publikasi .....	13
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Kajian Teori .....	14
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	14
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	16
2.1.3 Promosi dan Bauran Promosi .....	19
2.1.4 <i>Online Travel Agent</i> (OTA) .....	21
2.1.5 Keputusan Menginap .....	22
2.1.6 <i>Digital Marketing</i> .....	26
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	29
2.2 Kerangka Berpikir .....	33
2.3 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	38
2.4.1 Pengaruh Secara Simultan <i>Digital Marketing</i> dan <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Menginap .....	38
2.4.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Menginap .....	40

2.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Mengingat..	41
BAB III.....	44
METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Desain Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.4 Identifikasi Variabel.....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1 Uji Instrumen penelitian .....	49
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.6.4 Uji Hipotesis .....	52
BAB IV.....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
<a href="#">4.1 Deskripsi Responden</a> .....	54
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	54
4.3 Deskripsi Data .....	56
4.4 Hasil Analisis Data dan Pembahasan .....	58
4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	58
4.4.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	61
4.4.3 Analisis Statistis Uji F (F-test) .....	63
4.4.4 Analisis Statistis Uji t (t-test).....	64
4.4.5 Analisis Determinasi .....	65
4.5 Pembahasan.....	66
4.5.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan <i>Elektronik Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Mengingat .....	66
4.5.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Mengingat.....	68
4.5.3 Pengaruh <i>Elektronik Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Mengingat...	71
BAB V.....	77
PENUTUP.....	77



5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Pra Survei.....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 4.1 Rangkuman Hasil Karakteristik Responden.....	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial t (t-test).....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....36



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Hasil Pra Survei.....	93
Lampiran 3 Distribusi Data Responden.....	94
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Penelitian.....	97
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	101
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	104
Lampiran 7 Hasil Uji Statistik.....	107
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas.....	114
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	116
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	117
Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	118
Lampiran 12 Tabel Distribusi F-test.....	119
Lampiran 13 Tabel Distribusi T-test.....	120

