

**PENGARUH PERSPEKTIF *CONSUMER REVIEWS* DAN  
*PERCEIVED PRICE* TERHADAP *PERCEIVED VALUE* DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA  
PENGGUNA LAYANAN *VIRTUAL HOTEL OPERATOR*  
(Studi pada aplikasi RedDoorz)**

***THE INFLUENCE OF PERSPECTIVE CONSUMER REVIEWS  
AND PERCEIVED PRICE ON PERCEIVED VALUE AND  
IMPACT ON PURCHASE INTENTION IN VIRTUAL HOTEL  
OPERATOR USERS  
(Study on RedDoorz Application)***



**Disusun Oleh :**

**MUHAMMAD YUSUF ABDURRAHMAN**

**20150410271**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2021**

**PENGARUH PERSPEKTIF *CONSUMER REVIEWS* DAN  
*PERCEIVED PRICE* TERHADAP *PERCEIVED VALUE* DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA  
PENGGUNA LAYANAN *VIRTUAL HOTEL OPERATOR*  
(Studi pada aplikasi RedDoorz)**

***THE INFLUENCE OF PERSPECTIVE CONSUMER REVIEWS  
AND PERCEIVED PRICE ON PERCEIVED VALUE AND  
IMPACT ON PURCHASE INTENTION IN VIRTUAL HOTEL  
OPERATOR USERS  
(Study on RedDoorz Application)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**MUHAMMAD YUSUF ABDURRAHMAN**

**20150410271**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2021**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Yusuf Abdurrahman

Nomor Mahasiswa : 20150410271

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh Perspektif *Consumer Reviews* dan *Perceived Price* Terhadap *Perceived Value* dan Dampaknya Terhadap *Purchase Intention* pada Pengguna Layanan *Virtual Hotel Operator* (Studi pada aplikasi RedDoorz)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 05 Juni 2021  
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Yusuf Abdurrahman

## **Motto**

“Apa yang kita pikirkan menentukan apa yang akan terjadi pada kita, jadi jika kita ingin mengubah hidup kita, kita perlu mengembangkan pikiran kita”

(Wayne Dyer)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik padamu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al Baqarah ; 216)

“Jika kamu benar-benar ingin melakukan sesuatu, kamu akan menemukan cara.  
Jika tidak kamu akan menemukan alasan”

(Jim Rohn)

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al Baqarah ; 286)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Skripsi ini saya persembahkan khusus untuk kedua orang tua saya:

Abi ku tercinta **Dr. Moch Aminudin Hadi, SE., S.Sos., S.Pd., MM**

dan

Umi ku tercinta **Marte Lusiati, SE., MM**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Perspektif *Consumer Reviews* dan *Perceived Price* Terhadap *Perceived Value* dan Dampaknya Terhadap *Purchase Intention* pada Pengguna Layanan *Virtual Hotel Operator* (Studi pada Aplikasi RedDoorz)”.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, tanpa dukungan dan bantuan berbagai pihak, sulit bagi penulis untuk menuntaskan penelitian ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang saya cintai, Ayahanda Dr. Moch. Aminudin Hadi, SE., S.Sos., S.Pd., M.M, dan Ibunda Marte Lusiati, SE., MM yang selalu sabar mendukung, mendoakan dan senantiasa mengingatkan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Rizal Yaya, SE., M.SC., Ph.D., Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D selaku Kepala Prodi Manajemen
4. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
5. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis
6. Seluruh sahabat saya, khususnya Fikri Alfiansyah dan Reza Okto Kurnia yang menjadi partner saya untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Nurain Sitanggang, S.Farm yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 22 April 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Muhammad Yusuf Abdurrahman', written in a cursive style.

Muhammad Yusuf Abdurrahman

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
A. Kerangka Teori.....	8
1. <i>Virtual Hotel Operator (VHO)</i> .....	8
2. <i>Purchase Intention</i> .....	9
3. <i>Consumer Review</i> .....	10
4. <i>Perceived Price</i> .....	11
5. <i>Perceived Value</i> .....	12
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Penurunan Hipotesis .....	18
1. Pengaruh <i>consumer review</i> terhadap <i>purchase intention</i> .....	18
2. Pengaruh <i>consumer review</i> terhadap <i>perceived value</i> .....	19
3. Pengaruh <i>perceived price</i> terhadap <i>perceived value</i> .....	19



4.	Pengaruh <i>perceived price</i> terhadap <i>purchase intention</i> .....	20
5.	Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>purchase intention</i> .....	20
D.	Model Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....		22
A.	Objek dan Subjek Penelitian .....	22
B.	Jenis Data .....	22
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	23
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	24
1.	<i>Independent Variable</i> (Variabel Bebas).....	24
2.	<i>Intervening Variable</i> (Variabel Antara / Mediasi).....	25
3.	<i>Dependent Variable</i> (Variabel terikat).....	26
F.	Uji Kualitas Instrumen .....	26
1.	Uji Validitas.....	26
2.	Uji Reliabilitas .....	27
G.	Teknik Analisis Data .....	27
1.	Analisis Deskriptif .....	28
2.	Analisis SEM-PLS .....	29
3.	Spesifikasi model .....	31
4.	Uji Model.....	33
BAB IV .....		35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
B.	Gambaran Umum Responden .....	37
C.	Analisis Deskriptif Variabel.....	39
D.	Uji Kualitas Intrumen .....	58
1.	Uji Indikator / <i>Outer Model</i> .....	58
2.	Uji Struktural / <i>Inner Model</i> .....	63
3.	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> .....	64
E.	Uji Hipotesis .....	64
F.	Pembahasan .....	67

BAB V.....	72
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN .....	72
A.    Simpulan .....	72
B.    Keterbatasan Penelitian.....	73
C.    Saran .....	73
Daftar Pustaka .....	75
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	78
Lampiran 2. Hasil Output SmartPLS 2.0 .....	81
Lampiran 3. Karakteristik Responden .....	85
Lampiran 4. Data Hasil Jawaban Responden.....	86
Lampiran 5. Turnitin.....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Perkembangan Periwisata di Indonesia Agustus 2018.....	2
Tabel 2.1Definisi VHO.....	8
Tabel 2.2Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1Tabel Skala .....	24
Tabel 3.2Variabel Bebas .....	25
Tabel 3.3 Variabel Mediasi .....	25
Tabel 3.4 Variabel Terikat .....	26
Tabel 3.5 Kriteria Analisis Deskripsi .....	28
Tabel 3.6 Uji Model dan Kriteria Penilaian PLS .....	34
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	36
Tabel 4.2 Tabel jenis kelamin responden.....	37
Tabel 4.3 Tabel umur responden .....	37
Tabel 4.4 Pengeluaran perbulan responden .....	38
Tabel 4.5 Skor Kuesioner untuk variabel consumer review (X1).....	39
Tabel 4.6 Skor Kuesioner untuk variabel perceived price (X2).....	43
Tabel 4.7Skor Kuesioner untuk variabel perceived value (Y).....	47
Tabel 4.8 Skor Kuesioner untuk variabel purchase intention (Z) .....	53
Tabel 4.9 Uji Indikator.....	59
Tabel 4.10 Outer Loading .....	60
Tabel 4.11 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	61
Tabel 4.12 Cross Loadings.....	61
Tabel 4.13Nilai Composite Reliability .....	62
Tabel 4.14 Cronbach's Alpha.....	62
Tabel 4.15 R-Square .....	63
Tabel 4.16 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	64
Tabel 4.17Kesimpulan Hipotesis.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Hubungan Antarvariabel dalam Model .....	21
Gambar 3.1 Ilustrasi model penelitian .....	32
Gambar 4.1 Tanggapan responden tentang komentar penyewa kamar hotel pada aplikasi / website RedDoorz objektif .....	41
Gambar 4.2 Tanggapan responden tentang ulasan penyewa kamar hotel pada aplikasi / website RedDoorz dapat dipercaya .....	42
Gambar 4.3 Tanggapan responden tentang komentar penyewa kamar hotel pada aplikasi / website RedDoorz sesuai dengan yang ditawarkan .....	43
Gambar 4.4 Tanggapan responden tentang harga yang tercantum pada aplikasi / website RedDoorz murah .....	45
Gambar 4.6 Tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan RedDoorz sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen .....	46
Gambar 4.7 Tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan RedDoorz sesuai dengan fasilitas yang diberikan .....	47
Gambar 4.8 Tanggapan responden tentang kamar hotel pada aplikasi / website RedDoorz menawarkan harga yang pantas .....	49
Gambar 4.9 Tanggapan responden tentang penawaran hotel pada aplikasi / website RedDoorz memberi konsumen kepuasan sesuai dengan nilai yang ditawarkan .....	50
Gambar 4.10 Tanggapan responden tentang aplikasi / website RedDoorz layak (memenuhi standar) untuk melakukan reservasi kamar hotel .....	51
Gambar 4.11 Tanggapan responden tentang harapan konsumen untuk melakukan reservasi kamar hotel di RedDoorz tinggi .....	52
Gambar 4.12 Tanggapan responden tentang RedDoorz memberikan tawaran yang bagus untuk memesan kamar hotel dengan harga yang tertera .....	53
Gambar 4.13 Tanggapan responden setelah meninjau review RedDoorz, kemungkinan konsumen akan memesan (melakukan reservasi) kamar hotel .....	55
Gambar 4.14 Tanggapan responden dengan melihat harga yang ditampilkan, konsumen akan mempertimbangan untuk melakukan reservasi kamar hotel .....	56

Gambar 4.15 Tanggapan responden tentang kemungkinan besar, konsumen akan melakukan reservasi kamar hotel di RedDoorz .....	57
Gambar 4.16 Tanggapan responden tentang konsumen berkeinginan untuk melakukan reservasi kamar hotel pada aplikasi / website RedDoorz .....	58
Gambar 4.17 Hasil Pengujian Pertama Algoritma PLS .....	59
Gambar 4.18 Hasil Pengujian Kedua Algoritma PLS .....	61
Gambar 4.19 Hasil Bootstraping setelah menghilangkan Indikator Tidak Valid ..	67