



**PENGARUH *FEAR OF COVID, ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT RESERVASI HOTEL DI BALI SECARA *ONLINE***

**TESIS**

**AHMAD SALMAN ALFARISI**

**1910121030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH *FEAR OF COVID, ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT RESERVASI HOTEL DI BALI SECARA *ONLINE***

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

**AHMAD SALMAN ALFARISI**

**1910121030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar,

Nama : Ahmad Salman Alfirisi  
NIM : 1910121030

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 06 Juli 2023

Yang menyatakan,



(Ahmad Salman Alfirisi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Salman Alfarisi  
NIM : 1910121030  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S2 Manajemen  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas tesis saya yang berjudul :

***PENGARUH FEAR OF COVID, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN BRAND  
IMAGE TERHADAP MINAT RESERVASI HOTEL DI BALI SECARA ONLINE***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 06 Juli 2023  
Yang menyatakan,

  
(Ahmad Salman Alfarisi)

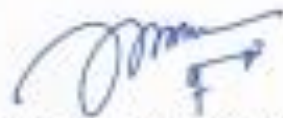
TESIS

PENGARUH *FEAR OF COVID*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI RESERVASI HOTEL DI BALI  
SECARA ONLINE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Ahmad Salman Alfarisi (19101210310)

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Pada Tanggal 06 Juli 2023  
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Diterima



Dr. Alfatih S. Mangaburani, SE, M.Si  
Ketua Penguji



Dr. Mizana Astuti, S.Si, MM, MBS, CPM  
Pembimbing I



Prof. Dr. Agus Heri Susanto, SKM, MARS  
Pembimbing II



Dr. Juhardah, SE, NIM  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yuli Nur Supriadi, S.Sos, L, MM  
Ketua Jurusan Manajemen

Ditulis di Jakarta  
Pada Tanggal 06 Juli 2023

# ***The Influence Of Covid, Electronic Word Of Mouth And Brand Image On Online Hotel Reservation Interest In Bali***

***By Ahmad Salman Alfarisi***

## ***Abstract***

*The study aims to prove and analyze the influence of fear of covid, electronic word of mouth and brand image on the interest of hotel reservations in Bali online. This research is quantitative by distributing questionnaires to 92 respondents who are interested in buying (reservations) hotels in Bali in the Greater Jakarta area. This study used the Partial Least Square (PLS) method with the Smart-PLS 3.0 program. The results of data analysis show that Fear Of Covid does not have a significant effect on the interest in lodging reservations in Bali online. These results prove that fear of covid who has anxiety arising from seeing a danger that threatens him. This requires that E-Wom which has positive comments from social media users, product choice information, product quality information, information about prices offered, information about the security of internet networking site transactions, and recommendations from social media users can influence the interest in booking hotel lodging in Bali online. E-Word Of Mouth and Brand Image influence the interest in lodging reservations in Bali online. This is blinding by having positive comments from social media users, product choice information, product quality information, information about prices offered, information about the security of internet networking site transactions, and recommendations from social media users can influence the interest of hotel lodging reservations in Bali online*

***Keywords:*** *Brand Image, Electronoc Word Of Mouth, Fear Of Covid, Reservation Interest*

# **Pengaruh *Fear Of Covid, Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Minat Reservasi Hotel Di Bali Secara Online***

**Oleh Ahmad Salman Alfarisi**

## **Abstrak**

Penelitian bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *fear of covid, electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap minat reservasi hotel di bali secara online. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 92 responden yang melakukan minat beli (reservasi) hotel di bali pada wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan program Smart-PLS 3.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *Fear Of Covid* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat reservasi penginapan di Bali secara online. Hasil tersebut membuktikan bahwa *fear of covid* yang memiliki Rasa cemas yang timbul akibat melihat adanya bahaya yang mengancam dirinya. Hal tersebut membuktikan bahwa E-Wom yang memiliki Komentar positif dari pengguna media sosial, informasi pilihan produk, Informasi kualitas produk, Informasi mengenai harga yang ditawarkan, Informasi mengenai keamanan transaksi situs jejaring internet, dan rekomendasi dari pengguna media sosial mampu mempengaruhi minat reservasi penginapan hotel di Bali secara online (2) *E-Word Of Mouth* dan *Brand Image* berpengaruh terhadap minat reservasi penginapan di Bali secara online. Hal tersebut membuktikan dengan memiliki Komentar positif dari pengguna media sosial, informasi pilihan produk, Informasi kualitas produk, Informasi mengenai harga yang ditawarkan, Informasi mengenai keamanan transaksi situs jejaring internet, dan rekomendasi dari pengguna media sosial mampu mempengaruhi minat reservasi penginapan hotel di Bali secara online

**Kata Kunci :** *Brand Image, Electronoc Word Of Mouth, Fear Of Covid, Minat Reservasi*



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnj.ac.id> Email : [pusakom@upnj.ac.id](mailto:pusakom@upnj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN TESIS SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Kamis, tanggal 06 Juli 2023, telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa :

Nama : Ahmad Salman Alfarisi

No Pokok Mahasiswa : 1910121030

Program : Manajemen S.2

Dengan judul Tesis sebagai berikut :

**PENGARUH FEAR OF COVID, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT RESERVASI HOTEL DI BALI SECARA ONLINE**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfinih S. Manggabarani, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Dr. Maria Assumpta Wikartari, S.S, MBA, CWM	Anggota I	2.
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, CPM	Anggota II **)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Juli 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodik. Manajemen S.2

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sa.I,  
M.M.



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya sehingga tesis yang berjudul “Pengaruh *Fear Of Covid, Electronic Word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Reservasi Hotel Di Bali Secara *Online*” dapat terselesaikan. Penyusunan tesis ini dimulai sejak September 2021. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Dr. Anter Venus, MA, Comm selaku rektor UPN Veteran Jakarta, Dr. Jubaedah, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Dr. Yudi Nur S S.Sos I., MM. selaku ketua jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta serta dosen pembimbing satu Dr. Miguna Astuti,S.Si.,MM.,MOS., CPM. yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat dan pembimbing dua Prof. Dr. Acim Heri Iswanto, SKM., MARS atas masukan - masukannya yang sangat baik. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Disamping itu, ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada kedua orangtua saya, Ibu Zulaiha dan Bapak Novi Sugiyanto yang saya banggakan dan cintai, kepada istri tercinta saya Ayu Dwi Lestari dan anak tersayang saya Arkanza Rasyid Alfarisi yang tiada hentihentinya memberikan semangat dan doa selama proses pembuatan tesis ini. Serta teman-teman angkatan 2019 yang selalu membantu dan menyemangati saya, dan pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan tesis ini.

Jakarta, 06 Juli 2023

Ahmad Salman Alfarisi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1       Latar Belakang Masalah.....	1
I.2       Perumusan Masalah.....	7
I.3       Tujuan Penelitian.....	7
I.4       Manfaat Hasil Penelitian .....	7
<b>BAB II    TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL</b>	
<b>          PENELTIIAN .....</b>	<b>9</b>
II.1      Landasan Teori.....	9
II.1.1    Manajemen Pemasaran.....	9
II.1.2    Perilaku Konsumen .....	10
II.1.3    Minat Beli.....	11
II.1.4 <i>Fear of Covid</i> .....	14
II.1.5 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	16
II.1.6 <i>Brand Image</i> .....	20
II.2      Penelitian Yang Relevan .....	23
II.3      Model Penelitian Empirik .....	29
II.4      Hipotesis.....	32
<b>BAB III   METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
III.1     Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
III.2     Populasi dan Sampel .....	34
III.2.1   Populasi .....	34
III.2.2   Sampel.....	35
III.3     Teknik Pengumpulan Data .....	35
III.3.1   Jenis Data .....	35
III.3.2   Sumber Data.....	36
III.3.3   Pengumpulan Data .....	36
III.4     Teknik Analisis Data.....	38
III.4.1   Analisis Deskriptif.....	38
III.4.2   Analisis Inferensial.....	39

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	48
4.2.1	Deskripsi Data Responden .....	48
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis.....	53
4.3.1	Analisis Data Deskriptif .....	53
4.3.2	Analisis Data Inferensial .....	59
4.3.2.1	Model Pengukuran (Outer Model) .....	59
4.3.2.2	Model Struktural (Inner Model).....	65
4.4	Pembahasan.....	69
4.4.1	Pengaruh Fear of Covid terhadap Minat Beli.....	69
4.4.2	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli .....	70
4.4.3	Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli .....	72
4.5	Keterbatasan penelitian .....	73
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
5.1	Simpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>79</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Matriks Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 2.	Matriks Pengukuran Variabel .....	34
Tabel 3.	Peringkat Jawaban Kuesioner .....	37
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrument Penelitian .....	37
Tabel 5.	Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha .....	45
Tabel 6.	Intepretasi Nilai Indeks Responden.....	54
Tabel 7.	Nilai Indeks Variabel Fear Of Covid .....	55
Tabel 8.	Nilai Indeks Variabel Electronic Word of Mouth.....	56
Tabel 9.	Nilai Indeks Variabel Brand Image.....	57
Tabel 10.	Nilai Indeks Variabel Minat Beli/ Reservasi.....	58
Tabel 11.	Outer Loading Factor .....	60
Tabel 12.	Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) .....	62
Tabel 13.	Collinearity Statistics dengan Variance Inflating Factor (VIF) .....	62
Tabel 14.	Average Variance Ectracted (AVE).....	64
Tabel 15.	Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	65
Tabel 16.	Nilai R Square dan Adjusted R Square .....	66
Tabel 17.	Hasil Uji t-statistik .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Jumlah Wisatawan Mancanegara Tahun 2020-2022.....	2
Gambar 2.	Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Tahun 2022 Terkait Penginapan .....	3
Gambar 3.	Kerangka Berpikir .....	31
Gambar 4.	Langkah-langkah PLS .....	40
Gambar 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	49
Gambar 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
Gambar 8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Gambar 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Reservasi Online .	52
Gambar 10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	53
Gambar 11.	Outer Model.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Draft Kuisisioner Dan Tabel Pembuatan Butir Kuisisioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuisisioner
- Lampiran 4. Hasil Output Smart PLS
- Lampiran 5. Hasil Turnitin