

ABSTRAK

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang di Indonesia mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh adanya pandemi COVID-19 di Indonesia yang membuat terbatasnya kegiatan masyarakat. Dengan adanya pandemi ini, masyarakat memiliki banyak pertimbangan saat memilih hotel dan cenderung mencari informasi di internet. Biasanya masyarakat membaca *online rating* dan *online review* dari konsumen lain sehingga mengetahui kelebihan dan kekurangan mengenai hotel tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *online rating* dan *online review* terhadap minat beli Hotel InterContinental Bandung secara parsial dan simultan. Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode *purposive sampling* yang melibatkan 100 responden. Hasil data pada penelitian ini akan diproses menggunakan *software Statistical Program of Social Science (SPSS) version 16*.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *online rating*, *online review* dan minat beli secara keseluruhan termasuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan uji hipotesis, hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan *online rating* dan *online review* terhadap minat beli Hotel InterContinental Bandung secara parsial dan simultan.

Kata Kunci: *Online Rating, Online Review, Minat Beli*