

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2000). *Marketing Research* (7th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Arbaini, P., Zakaria, W., & Merlina, W. (2020). Pengaruh Consumer *Online* Rating dan Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 25-33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Bobby. (2016, June 16). *Poin Keberhasilan Sebuah Website Untuk Berbisnis*. <https://suitmedia.com/ideas/Poin-Keberhasilan-Sebuah-Website-Untuk-Berbisnis>. (Akses: 15 Februari 2022).
- BrightLocal. (2014). *Local consumer reviewer*. BrightLocal - All-in-One Local SEO, Citations, and Review Management. Diambil dari <https://www.brightlocal.com/wp-content/uploads/2014/07/Local-Consumer-Review-Survey-20141.pdf> (Akses: 10 Januari 2022)
- Chatterjee, S. (2019). Explaining customer ratings and recommendations by combining qualitative and quantitative user generated contents. *Decision Support Systems*, 119, 14-22. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2019.02.008>
- Constantinides, E., & Holleschovsky, N. I. (2016). Impact of *online* product reviews on purchasing decisions. *Proceedings of the 12th International Conference on Web Information Systems and Technologies*, 1, 271-278. <https://doi.org/10.5220/0005861002710278>
- Dihni, V. A. (2021, December 2). *Tingkat Hunian Hotel Bintang Jakarta Capai 50,6% pada Oktober 2021*. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/02/tingkat-hunian-hotel-bintang-jakarta-capai-506-pada-oktober-2021#:~:text=Badan%20Pusat%20Statistik%20\(BPS\)%20mencatat,yang%20sebesar%2042%2C6%25](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/02/tingkat-hunian-hotel-bintang-jakarta-capai-506-pada-oktober-2021#:~:text=Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS)%20mencatat,yang%20sebesar%2042%2C6%25). (Akses: 10 Januari 2022).
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas dan Perilaku Merk* (10th ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Elwalda, A., & Lu, K. (2016). The impact of *online* customer reviews (OCRs) on customers' purchase decisions: An exploration of the main dimensions of OCRs. *Journal of Customer Behaviour*, 15(2), 123-152. <https://doi.org/10.1362/147539216x14594362873695>
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi* (1st ed.). Bandung : CV Alfabeta. <http://perpus.bandungkab.go.id/opac/detail-opac?id=6426>
- Farki, A., Baihaqi, I., & Mulia, B. (2016). Pengaruh *online* customer review Dan rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian pada *online* marketplace Di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>

- Fathin, R. F., & Millanyani, H. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Pemesanan Hotel Traveloka (Studi Kasus: Pengikut Akun Instagram @Explorebandung).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Seri Pustaka Kunci.
- Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261-1270. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006>
- Gavilan, D., Avello, M., & Martinez-Navarro, G. (2018). The influence of online ratings and reviews on hotel booking consideration. *Tourism Management*, 66, 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.018>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanssens, D., & Pauwels, K. (2016). Demonstrating the Value of Marketing. *Journal of Marketing*, 80(6), 173-190.
- Ichsan, M. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Internationalist Awards. (2008). *Marketing Strategic Analysis Report on Intercontinental Hotel, Wellington, New Zealand*. Marketing Strategic Analysis Report on Intercontinental Hotel, Wellington, New Zealand. Retrieved January 14, 2022,
- Istitania, R., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Online Review dan Rating (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Oleh Generasi Millennial Kota Jakarta.
- Jean Paolo G, Chair, and Mac Arthur Highway (2014). Competitiveness and Sustainability of the Hotel Industry: The Case of Hotels in Pampanga.
- Junaidi. (2010). *Cara Membaca Tabel F*. <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/05/18/cara-membaca-tabel-f/>.
- Kamila, K. T., Suharyono, & Nuralam, I. P. (2019). Pengaruh Online Review Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Mahasiswa Universitas 127 Brawijaya TA 2015 / 2016 – 2018 / 2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone ). Malang: Universitas Brawijaya.
- Kharisma, D. (2020, December 2). *Ini 6 Ciri Kamu Masuk Golongan Kelas Menengah*. [https://blog.pluang.com/artikel/ciri-golongan-kelas-menengah/#:~:text=Kelas%20menengah%20adalah%20mereka,penjualan%20bulanan%20Rp2%20juta](https://blog.pluang.com/artikel/ciri-golongan-kelas-menengah/#:~:text=Kelas%20menengah%20adalah%20mereka,penjualan%20bulanan%20Rp2%20juta.). (Akses: 16 Februari 2022).

- Kodhyat, H. (1996). *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of *Online Product Reviews* from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1-5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Li, N., Zhang, P. (2012). Consumer *online shopping attitudes and behavior: an assessment of research [online]*. [http://melody.syr.edu/pzhang/publications/AMCIS02\\_Li\\_Zhang.pdf](http://melody.syr.edu/pzhang/publications/AMCIS02_Li_Zhang.pdf) : [20 Desember 2017]
- Marie, A. L., & Widodo, R. E. (2019). Pengaruh Online Reviews Terhadap Online Hotel Booking Intentions, Studi Kasus Pada Traveloka. (2019). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(3).
- Maulana, R. (2018). Pengaruh Social Media Networks Terhadap Keputusan Menginap Di Novotel Bandung.
- Moe, W. W., & Schweidel, D. A. (2011). *Online Product Opinions: Incidence, evaluation and evolution*. *SSRN Electronic Journal*, 31(3), 372-386. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1525205>
- Natasha, I., & Are, R. L. (2019). The impact of online reviews and ratings on customer hotel preferences, case study: Tripadvisor. *ICONIET PROCEEDING*, 2(4), 302-311. <https://doi.org/10.33555/iconiet.v2i4.48>
- Neza, J. A. (2021). Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Giszella Sumatera Barat Saat Pandemi Covid-19).
- Nielsen. (2012). *State of The Media: The Social Media Report*. WordPress.com — Get a Free Blog Here. Diambil dari <https://postmediavancouver.sun.files.wordpress.com/2012/12/nielsen-social-media-report-20122.pdf> (Akses: 10 Januari 2022)
- Nugroho J. Setiadi, S. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3rd ed.). Prenada Media.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Andi Offset.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based *Online Review*. *Journal international Conference on Ethics of Business Economics and Social Science*, 1, 25.
- Putri, M. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada di Kecamatan Rumbio Jaya.
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.

- Rizaty, M. A. (2021, December 3). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang di Bali Naik Jadi 17,73% pada Oktober 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/03/tingkat-penghunian-kamar-hotel-bintang-di-bali-naik-jadi-1773-pada-oktober-2021>. (Akses: 10 Januari 2022).
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer behavior* (12th ed.). London: Pearson Higher Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (5th ed.). John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2017). *Research Methods for Business 7E WileyPlus learning space student package*. John Wiley & Sons Inc.
- Sondakh, L. J., Saerang, D. P., & Rumokoy, F. S. (2016). the Impact of *Online Costumer Review and Celebrity Endorsement on Purchase Intention*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(04), 296–306.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen pemasaran jasa perhotelan ( dilengkapi dengan hasil riset pada hotel berbintang di Sumatera Utara )*. Yogyakarta : Deepublish, 2016.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif Dan R & D)* (28th ed.). CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian* (30th ed.). CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Von Helversen, B., Abramczuk, K., Kopeć, W., & Nielek, R. (2018). Influence of consumer reviews on online purchasing decisions in older and younger adults. *Decision Support Systems*, 113, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.05.006>
- Wardani, Y. (2013). Hubungan Website Sebagai Media Informasi Hotel Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Menginap Di Favehotel Premier Cihampelas.
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Online Review dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikulinier di Surabaya.
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, pemasaran, dan komunikasi kontemporer*. CV Pustaka Setia.
- William, O., Appiah, E. E., & Botchway, E. A. (2016). Assessment of customer expectation and perception of service quality delivery in Ghana Commercial Bank. *Journal of Humanity*, 4(1), 81–91.
- Wira Widyanti, N. N. (2021, October 23). *InterContinental Bandung Dago Pakar Jadi Hotel Terbaik di Indonesia 2021*. Diambil dari: <https://travel.kompas.com/read/2021/10/23/181600727/intercontinental->

bandung-dago-pakar-jadi-hotel-terbaik-di-indonesia-2021#google\_vignette.  
(Akses: 10 Januari 2022).

- Ye, Q., Law, R., & Gu, B. (2009). The impact of online user reviews on hotel room sales. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 180-182. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.06.011>
- Zhang, Z., Zhang, Z., & Yang, Y. (2016). The power of expert identity: How website-recognized expert reviews influence travelers' online rating behavior. *Tourism Management*, 55, 15-24. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.004>