

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ulasan konsumen online terhadap kepuasan dan loyalitas pada pengguna tripadvisor.com di Yogyakarta. Terdapat lima variabel pada penelitian ini, yaitu Kualitas Informasi, Kredibilitas Sumber, Kegunaan Informasi, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan riset kuantitatif dengan metode survei yang alat ukurnya adalah kuesioner. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel terdiri dari 209 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar dengan kriteria yang telah ditentukan, yaitu pengguna aktif ulasan tripadvisor.com, pernah mengakses informasi berupa ulasan pelanggan dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *PLS-SEM* dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.0.6. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi dan kredibilitas sumber berpengaruh positif pada kegunaan informasi, kegunaan informasi berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kegunaan informasi berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif memediasi pada hubungan antara kegunaan informasi dan loyalitas pelanggan. Pada hasil temuan terakhir yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas informasi, kredibilitas sumber, kegunaan informasi, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, Ulasan pelanggan, Tripadvisor.com

## ***ABSTRACT***

*This study aims to examine the impact of online consumer reviews on satisfaction and loyalty among TripAdvisor users in Yogyakarta. There are five variables in this research: Information Quality, Source Credibility, Information Usefulness, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. The study employs a quantitative research approach using a survey method, with a questionnaire as the measurement tool. The sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. The sample consists of 209 respondents. Data collection was conducted through questionnaires distributed to active TripAdvisor users who had accessed customer reviews within the past six months. The data analysis method employed in this study is PLS-SEM, using SmartPLS version 4.1.0.6 software. The findings of this research indicate that information quality and source credibility have a positive effect on information usefulness, and information usefulness positively impacts customer satisfaction. Furthermore, information usefulness positively influences customer loyalty, and customer satisfaction positively mediates the relationship between information usefulness and customer loyalty. Lastly, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty.*

*Keywords: Information Quality, Source Credibility, Information Usefulness, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Customer Reviews, TripAdvisor.com*