

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ulasan daring terhadap niat pemesanan hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta secara daring. Penelitian ini menguji pengaruh positif kegunaan ulasan daring, ketepatan waktu ulasan daring, valensi ulasan daring, volume ulasan daring, dan kelengkapan ulasan daring. Objek penelitian adalah ulasan hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta pada situs perjalanan dan akomodasi daring.

Peneliti mengumpulkan data menggunakan metode *nonprobability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian berjumlah 254 orang dengan kriteria pernah membaca ulasan daring mengenai hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta pada situs perjalanan dan akomodasi daring, dan belum pernah melakukan pemesanan hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta secara daring. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data regresi liner berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan ulasan daring, ketepatan waktu ulasan daring, dan valensi ulasan daring berpengaruh secara positif terhadap niat pemesanan hotel secara daring. Sedangkan volume ulasan daring dan kelengkapan waktu ulasan daring tidak berpengaruh secara signifikan.

**Kata Kunci:** Ulasan daring, kegunaan ulasan daring, ketepatan waktu ulasan daring, valensi ulasan daring, volume ulasan daring, dan kelengkapan ulasan daring, situs perjalanan dan akomodasi daring.

## ABSTRACT

*This research aims to analyze online review towards online hotel booking intentions in Daerah Istimewa Yogyakarta. This research tested positive influence of usefulness of online reviews, timeliness of online reviews, valence of online reviews, volume of online reviews, and comprehensiveness of online reviews. The objects of this research are online reviews about hotel in Daerah Istimewa Yogyakarta on travel websites.*

*Researcher used nonprobability sampling method to collect the data. There were 254 respondents that took part in this research which have read about online reviews at online travel agent and haven't book hotel through online. This research used quantitative method with multiple linier regression data analysis method.*

*The findings of this research are usefulness of online reviews, timeliness of online reviews, and valence of online reviews have positive effects on online hotel booking intentions. Meanwhile, volume of online reviews, and comprehensiveness online reviews do not have positive effect on online booking intentions.*

**Keywords:** *online review, usefulness of online reviews, timeliness of online reviews, valence of online reviews, volume of online reviews, and comprehensiveness online reviews, online travel agent.*