



INTISARI

Penelitian ini menjelaskan hubungan potensial antara kualitas situs web budget hotel, kepercayaan elektronik, dan niat pemesanan konsumen di Indonesia. Model ini diuji menggunakan data dari 286 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, yang merupakan bagian dari *non-probability sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan persamaan regresi berganda melalui program SPSS. Hasil analisis data terperinci menunjukkan pengaruh empat dimensi kualitas situs web budget hotel (kegunaan, kemudahan penggunaan, tampilan, dan kelengkapan) terhadap kepercayaan elektronik dan niat pemesanan konsumen pada situs web. Temuan pada penelitian ini, (1) kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kelengkapan dari situs web budget hotel secara signifikan mempengaruhi kepercayaan elektronik; (2) tampilan secara signifikan tidak mempengaruhi kepercayaan elektronik. Selanjutnya (3) kelengkapan menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi kepercayaan elektronik; (4) Kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kelengkapan dari situs web budget hotel secara signifikan mempengaruhi niat pemesanan konsumen. Namun (6) variabel tampilan secara signifikan tidak mempengaruhi niat pemesanan konsumen; (5) kegunaan menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi niat pemesanan konsumen. Kemudian (7) kepercayaan elektronik secara signifikan memengaruhi niat pemesanan konsumen; (8) dan kepercayaan elektronik secara positif memediasi hubungan kualitas situs web pada niat pemesanan konsumen. Temuan ini berkontribusi terhadap pemasaran budget hotel di Indonesia dengan menjembatani kesenjangan pengembangan kualitas situs web budget hotel di Indonesia dan pengaruhnya dengan kepercayaan dan niat pemesanan konsumen melalui situs resmi budget hotel.

Kata kunci: Budget hotel, Kegunaan, Kelengkapan, Kemudahan penggunaan, Kepercayaan elektronik, Kualitas situs web, Niat pemesanan, Tampilan.



ABSTRACT

This study investigates the potential relationship between budget hotel website quality, eTrust, and online booking intentions in Indonesia. The model was tested using data from 286 respondents. The sampling method used is convenience sampling, which is part of non-probability sampling. Data were collected using questionnaire and analyzed using multiple regression through the SPSS program. The results of detailed data analysis show the influence of the four dimensions of the quality of a budget hotel website (usability, ease of use, design, and complementarity) of electronic trust and consumer booking intentions on the website. The findings in this study, (1) the usability, ease of use, and complement of the budget hotel website significantly influences eTrust; (2) design does not significantly influences eTrust. Furthermore (3) complement showed a more positive influence than the three other attributes on eTrust; (4) The usability, ease of use and complement of the budget hotel website significantly influences the consumer's intention to order. However (6) the design variable does not significantly influences consumer booking intentions; (5) usability is the most dominant variable in influencing consumer booking intentions. Then (7) eTrust significantly influences consumer booking intentions; (8) and eTrust positively mediates the relationship of website quality to consumer booking intentions. These findings contribute to the marketing of budget hotel in Indonesia by bridging the gap in the development of the quality of the budget hotel website in Indonesia and their influence with the trust and consumer booking intentions through the official budget hotel website.

Keywords: Budget Hotel, Complementarity, Design, Ease of Use, Etrust, Online Booking Intentions, Usability, Website Quality.