

**PENGARUH *E-COMMERCE*, *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT TAMU MENGINAP DI ARTOTEL SANUR BALI**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, *brand image* dan *online customer review* baik secara bersama-sama maupun secara parsial serta mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat beli pada konsumen Artotel Sanur Bali. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *e-commerce*, *brand Image*, *online customer review*. Sedangkan variabel dependen adalah minat beli.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel yang ditentukan dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* sehingga jumlah sample yaitu sebanyak 102 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce*, *brand image* dan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap minat tamu untuk menginap pada Artotel Sanur Bali. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang secara teori mempunyai pengaruh terhadap minat beli, seperti harga.

**Kata Kunci:** *e-commerce*, *brand image*, *online customer review* dan minat beli

UNMAS DENPASAR

**THE ROLE OF E-COMMERCE, BRAND IMAGE AND ONLINE  
CUSTOMER REVIEW ON GUESTS' DESIRES TO STAY AT ARTOTEL  
SANUR BALI**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the role of e-commerce, brand image and online customer review both jointly and partially as well as knowing the dominant influencing variables on buying interest in consumers of Artotel Sanur Bali. The independent variables used in this study are e-commerce, brand image, online customer reviews. While the dependent variable is buying interest.*

*The research method used in this study is a quantitative research method using a sample determined by non-probability sampling technique with the accidental sampling so that the total sample is 102 people. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.*

*The results of this study indicate that e-commerce, brand image and online customer reviews significant effect on guests' desire to stay at Artotel Sanur Bali. Future research can develop this research by using other variables that theoretically have an influence on buying interest, such as price.*

***Keywords: e-commerce, brand image, online customer reviews and buying interest***

  
UNMAS DENPASAR