

ABSTRAK

Dalam era digital dan globalisasi, ulasan online memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen, khususnya dalam pemesanan kamar hotel. *Online Travel Agent* (OTA) menyediakan ulasan pelanggan yang mencakup rating, pengalaman, hingga kredibilitas pemberi ulasan, yang membentuk persepsi konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen dan mengidentifikasi faktor utama dalam ulasan yang dijadikan pertimbangan saat memesan kamar hotel bintang 5 di Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan 100 responden yang pernah memesan melalui OTA. Instrumen berupa kuesioner skala Likert, dengan teknik purposive sampling. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka membaca ulasan sebelum memesan, mempertimbangkan isi ulasan yang informatif, sesuai kebutuhan pribadi, dan berasal dari reviewer yang kredibel. Analisis faktor mengelompokkan lima indikator menjadi satu faktor utama, yaitu Kebergunaan Ulasan Online. Penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi peran emosi dalam ulasan atau membandingkan antarkota. Saran praktis: (1) Hotel perlu mendorong konsumen memberikan ulasan yang informatif dan jujur, (2) Platform OTA sebaiknya memprioritaskan ulasan dengan konten relevan dan reviewer kredibel untuk ditampilkan lebih awal.

Kata Kunci : Preferensi *konsumen*, Ulasan *Online*, Keputusan Pemesanan Kamar Hotel