

Analisis pengaruh electronic word-of-mouth terhadap niat, kepercayaan, dan sikap konsumen dengan studi kasus terhadap tripadvisor.com = Analysis of effects of electronic word-of-mouth on Intention, belief, and consumer attitudes with case studies on tripadvisor.com® / Andini Putri Budiarto

Andini Putri Budiarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20386442&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRACT**

Komunitas perjalanan online merupakan salah satu fenomena yang memotivasi perubahan besar pada perilaku konsumen dalam sektor perjalanan. Wisatawan lebih memilih untuk mengandalkan rekomendasi dari orang lain dan dengan demikian mengunjungi komunitas ini untuk mencari informasi yang tidak bias. Penelitian ini menganalisis beberapa prekursor dari niat konsumen untuk mengikuti saran yang diperoleh dalam komunitas perjalanan online. Data penelitian menunjukkan peran yang cukup relevan dari sikap terhadap saran dan kepercayaan dalam komunitas online yang menyediakan saran dan manfaat yang dirasakan, sehingga menentukan niat konsumen untuk mengikuti saran yang diperoleh di komunitas ini. Selain itu, kepercayaan dan kegunaan dapat mempengaruhi sikap konsumen, dan kegunaan juga langsung dipengaruhi oleh kepercayaan anggota komunitas yang memberikan saran. Dan kerentanan konsumen terhadap pengaruh antarpribadi yang merupakan moderator efek dari niat untuk mengikuti saran yang diperoleh dalam komunitas TripAdvisor.com® juga berpengaruh cukup relevan pada hasil penelitian ini.

---

**ABSTRACT**

Online travel community is one big phenomenon that motivating great changes in consumer behavior in the travel sector. Travelers prefer to rely on recommendations from others and thus visit these communities to look for unbiased information. This study analyzes some of the precursors of the consumer intention to follow the advice obtained in an online travel community. Research data shows quite relevant role of attitude toward the advice and trust in online communities that provide advice and perceived usefulness, thus determining the consumer's intention to follow the advice obtained in the community. In addition, trust and usefulness can influence consumer attitudes, and usefulness is also directly affected by trust members of the community who gives advice. And consumer susceptibility to interpersonal influence that a moderator effect of intention to follow the advice obtained in the community TripAdvisor.com® also have a quite relevant effect on the results of this study.