

Analisis pengaruh online review sebagai referensi pemilihan tempat makan : sebuah eksperimen zero moment of truth = Examining the influence of online review on restaurant choice a zero moment of truth experiment / Sayyidah Fithrie Umami Syuhada

Sayyidah Fithrie Umami Syuhada, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413331&lokasi=lokal>

Abstrak

[Zero moment of truth sebagai aktivitas pencarian informasi secara online sebelum melakukan pembelian sudah menjadi bagian dari perilaku konsumen Indonesia masa kini. Pencarian informasi melalui media elektronik berbasis internet terbukti memiliki dampak signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dalam sebuah eksperimen kepada 181 orang dilanjutkan dengan pengisian kuesioner untuk dianalisis menggunakan uji independent sample t-test. Hasil penelitian memperkuat kerangka penelitian bahwa source credibility, argument quality, dan perceived quantity of online review memiliki pengaruh yang berbeda tergantung variasinya terhadap pembentukan minat konsumen mengunjungi restoran yang ia baca ulasannya di internet. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumen, perusahaan opinion platform, dan pengusaha restoran., Today Indonesian consumer used online information research activity to guide them at pre-purchase-moment as a zero moment of truth behavior. Information seeking from digitally-archived medium with internet basis proved to have a significant impact on decision-making process. The model is statistically tested using Independent sample t-test from questionnaire filled by 181 participants formerly provided with an experiment. The findings of the study confirmed that source credibility, argument quality, and perceived quantity of review contributed differently to consumer behavioral intention to visit restaurant. The implication of these findings benefits consumer, opinion platform, and restaurant management.]