

Pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) terhadap minat beli konsumen: studi pada online review di situs Zomato.com = The effect of electronic word of mouth (e-WOM) towards consumer's purchase intention: a study on online review in Zomato.com

Anisa Mifrohatun Fathiyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20422432&lokasi=lokal>

Abstrak

Meningkatnya penggunaan internet menjadi salah satu faktor yang membuat electronic word of mouth menjadi sumber informasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) dalam bentuk online review di situs Zomato terhadap minat beli konsumen. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian terdiri atas 100 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Indonesia yang berusia 18-25 tahun, pernah mengakses situs Zomato dan pernah membaca review tentang restoran yang ada di situs tersebut. Data penelitian didapatkan dengan menyebarkan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisa regresi linear sederhana. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa ada pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) dalam bentuk online review di situs Zomato terhadap minat beli konsumen.

.....The increasing of internet usage has become one of the reason why electronic word of mouth is used as information source nowadays. The objective of this research was to analyze the effect electronic word of mouth (e-WOM) in the form of online review in Zomato.com towards consumer's purchase intention. This research applied quantitative approach. The sample of this research were 100 students of Universitas Indonesia, with the age of 18-25 years old, who had ever accessed Zomato.com and read the restaurant review written on the site. The research's datas were collected using questionnaire and analyzed using simple regression analysis. The result of this research indicated that electronic word of mouth (e-WOM) in the form of online review in Zomato.com affects consumer's purchase intention.