

Hubungan tingkat kepuasan menggunakan instagram hotel dengan keinginan konsumsi studi terhadap pengguna Instagram Hotel Bintang 5 yang berada di Jakarta = Correlation between gratification level using instagram hotel with consumption intention studies of Instagram Users of 5 star Hotels in Jakarta

Debrina Adiyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465577&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan penggunaan Instagram hotel dengan keinginan konsumsi hotel tersebut. Variabel-variabel kepuasan penggunaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan penggunaan media sosial dengan dasar teori uses and gratification, yaitu informasi, kenyamanan, hiburan, ekspresi diri, dan interaksi sosial. Kelima variabel tersebut digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keinginan konsumsi layanan hotel. Penelitian dilakukan secara survei menggunakan alat bantu kuesioner online. Populasi penelitian ini adalah para pengguna Instagram hotel yang melakukan bentuk interaksi pada akun Instagram hotel bintang lima di Jakarta, dengan sampel 104 orang. Analisis regresi linear berganda memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan mengkonsumsi jasa hotel. Variabel yang paling besar pengaruhnya adalah informasi, diikuti dengan hiburan, ekspresi diri, dan kenyamanan; sedang interaksi sosial tidak berpengaruh secara signifikan.This research was conducted to determine the influence of the level of satisfaction using Instagram hotel with the intention to consume the hotel services. The gratification variables which used in this research are social media usage variables with the theoretical basis of uses and gratification theory, there are information, convenience, entertainment, self expression, and social interaction. Those variables factors are used as independent variables in this study, while the dependent variable in this study is the intention of hotel services consumption. This research was conducted by survey using an online questionnaire tool. The population of this study is the hotel's Instagram users who do the form of interaction on the account of five star hotel's Instagram in Jakarta, with a sample of 104 people. Multiple linear regression analysis shows that the gratification variables of social media use can predict significantly the intention to consume hotel services. The most influential variables are information, followed by entertainment, self expression, and convenience while social interaction has no significant influence.