

## Pengaruh virtual reality sebagai media promosi terhadap customer purchase intention pada industri real estate = The impact of virtual reality as a promotional media on customer purchase intention in real estate industry

Dwi Nugraha Salim, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20477103&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Dalam penelitian ini, penerapan teknologi virtual reality yang diamati adalah pada industri real estate. Beberapa perusahaan real estate di Indonesia mulai menggunakan teknologi ini sebagai media untuk mendukung kegiatan promosi produk mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi immersive, presence dan authenticity virtual reality sebagai media promosi produk real estate. Peneliti menggunakan metode empiris dengan pengumpulan data dengan metode accidental sampling. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan structural equation modeling partial least square SEM-PLS sebagai metode analisis data.

Hasil pengukuran menunjukkan bahwa media virtual reality memiliki potensi mempengaruhi persepsi konsumen sebagai media promosi yang baru dalam industri real estate, dimana dengan menggunakan virtual reality, faktor dari immersive, personal presence, environment presence dan authenticity dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap produk real estate yang ditawarkan sehingga membuat mereka seperti mengunjungi secara langsung sehingga dapat membentuk eskpektasi konsumen yang akan membawa mereka pada pengambilan keputusan.

.....In this study, the application of virtual reality technology observed is in the real estate industry. Some real estate companies in Indonesia are beginning to use this technology as a medium to support their product promotion activities. This study aims to analyze the perception of immersive, presence and authenticity of virtual reality as a media promotion of real estate products. Researchers use empirical method by collecting data with accidental sampling method. In analyzing the data, researchers used structural equation modeling partial least square SEM PLS as a method of data analysis.

The measurement results show that virtual reality media has the potential to influence consumer perception as a new promotional media in the real estate industry, where by using virtual reality, the factors of immersive, personal presence, environment presence and authenticity can provide a clear picture of the real estate product on offer thereby making them like visiting directly so as to shape consumer expectations that will lead them to decision making.