

Faktor yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaan youtube dan intensi menyebarkan informasi di kalangan wisatawan = Factors affecting continuance usage of youtube and information sharing intention among travelers / Tiara Maulida

Tiara Maulida, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488916&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas argumen dan kredibilitas sumber terhadap konten wisata yang diunggah di Youtube pada kontinuitas media sosial niat penggunaan dan niat berbagi informasi antar wisatawan yang dimediasi oleh motif pencarian informasi, motif hiburan, dan motif pemeliharaan hubungan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna YouTube yang dalam enam bulan terakhir telah menonton konten perjalanan yang diunggah oleh orang biasa (bukan artis). Pengolahan data menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas argumen berpengaruh positif terhadap motif pencarian informasi dan motif hiburan, sedangkan kredibilitas sumber hanya berpengaruh positif terhadap motif pemeliharaan hubungan. Kemudian motif pencarian informasi dan motif pemeliharaan hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kontinuitas media sosial dan niat berbagi informasi sedangkan motif hiburan hanya berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan keberlangsungan media sosial sedangkan niat berbagi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan media sosial. kesinambungan niat penggunaan. negatif.

<hr>

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of argument quality and source credibility on tourist content uploaded on Youtube on social media continuity usage intention and information sharing intention among tourists mediated by information seeking motives, entertainment motives, and relationship maintenance motives. The sample used in this study were YouTube users who in the last six months had watched travel content uploaded by ordinary people (not artists). The data were processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method. The results showed that argument quality had a positive effect on information seeking motive and entertainment motive, while source credibility only had a positive effect on relationship maintenance motive. Then, information seeking motive and relationship maintenance motive have a significant positive effect on social media continuity usage intention and information sharing intention while entertainment motive only has a significant positive effect on social media continuity usage intention while information sharing intention has a positive influence on social media continuity usage intention. negative.