

Penerapan model terintegrasi dalam memprediksi intensi konsumen untuk menulis ulasan online pada Zomato = Implementation of integrated model for predicting consumer's intention to write online review on Zomato

Kirana Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491007&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh faktor-faktor dari theory of planned behaviour seperti sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, serta faktor lain seperti keterlibatan ego, motif membalas dendam, dan motif untuk membantu restoran terhadap intensi seseorang untuk menulis ulasan online pada Zomato. Penelitian ini mengumpulkan 279 responden yang tinggal di Indonesia untuk mengisi kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, motif membalas dendam, dan motif untuk membantu restoran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensi konsumen untuk menulis ulasan online pada Zomato. Di sisi lain, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan keterlibatan ego secara signifikan memengaruhi intensi konsumen untuk menulis ulasan online pada Zomato. Penelitian ini menerapkan model yang telah diajukan sebelumnya namun untuk kasus yang berbeda yaitu bukan pada suatu restoran melainkan pada suatu platform yang spesifik yakni Zomato.

ABSTRACT

This study examines the effect of the theory of planned behaviour factors such as attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control, as well as other factors such as ego involvement, taking vengeance, and helping the restaurant toward consumers intention to write online review on Zomato. This study collected 279 respondents who lived in Indonesia to fill the questionnaire. The result of this research shows that attitude, taking vengeance, and helping the restaurant does not have significant effect on customers intention to write online review on Zomato. On the other hand, subjective norms, perceived behavioral control, and ego involvement does have significant effect on customers intention to write online review on Zomato. This research applied a proposed model for a different case, which is not for a specific restaurant, but for a specific platform.