

Eksplorasi faktor-faktor online review pada platform media sosial dan review website dalam pemilihan kafe = Exploring factors of online review on social media and review website platforms in choosing cafe / Anindita Ratnawati Aditya

Anindita Ratnawati Aditya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20495028&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan bisnis cafe di Indonesia belakangan mengalami peningkatan, sehingga membuat tingkat persaingan juga semakin ketat. Hal ini lah yang membuat para pebisnis cafe harus pintar mempertahankan loyalitas pelanggan, karena karakteristik konsumen senang mencoba hal atau tempat baru. Dalam mengambil keputusan, pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ulasan pelanggan lainnya, platform ulasan, dan karakteristik properti serta profil pelanggan itu sendiri. Dalam konteks ini, penelitian dilakukan untuk mengetahui kelompok atribut-atribut yang membentuk online review yang dianggap penting pada platform social media dan review website dalam memilih cafe. Penelitian ini mengembangkan model penelitian terdahulu dengan membandingkan dua jenis platform (platform social media dan review website) dan menguji secara empiris dengan mengumpulkan data dari kuesioner yang akan disebar melalui survei online. Exploratory Factor Analysis (EFA) digunakan untuk melihat pengelompokan dimensi yang membentuk online review. Hasil analisis menunjukkan terdapat 7 kelompok dimensi pada kedua jenis platform, yaitu kegunaan, keahlian pengulas, volume, ketepatan waktu, ulasan positif, ulasan negatif, dan kelengkapan. Uji beda juga dilakukan untuk melihat perbedaan antara kelompok responden yang menganggap atmosfer cafe dengan tingkat kepentingan berbeda. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengusaha cafe dalam mengembangkan strategi untuk menarik pelanggan potensial. Pengusaha cafe dapat lebih memperhatikan faktor-faktor yang mendorong dalam menarik konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

<hr>

The development of cafe business in Indonesia has recently increased, making the level of competition become tighter. This is what makes cafe business must be able to maintain customer loyalty, due to the characteristics of consumers tend to try new things or places. The customers decision making is affected by various factors such as other customer reviews, review platforms, and property characteristics as well as the customers profile itself. In this context, research was conducted to determine the groups of attributes that make up online reviews which are considered important on social media and review website platforms in choosing a cafe. This study referred to the former research model by comparing two types of platform (social media and review website) and empirically tested by collecting data from questionnaires that were distributed using online survey. Exploratory Factor Analysis (EFA) is used to see the dimension groupings that make online reviews. The results of the analysis showed that there were 7 dimension groups on both types of platforms, namely usefulness, reviewers expertise, volume, timeliness, positive online reviews, negative online reviews, and comprehensiveness. A different test was also conducted to see differences between groups of respondents who considered the cafe atmosphere with different levels of importance. The results of this study can be used by cafe entrepreneurs to develop their strategies for engaging potential customers. Cafe entrepreneurs can pay more attention to the most encouraging factors that attract customers

to make purchasing decisions.