

Pengaruh EWOM, classes hotel, dan discount strategy terhadap,trust,attituded dan intention to book = The effect of EWOM, classes hotel, dan discount strategy on trust, attitude and intention to book / Irianti Novita

Irianti Novita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498868&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan dari tesis ini adalah untuk menguji faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi intention to book, attitude dan trust konsumen dalam melakukan pemesanan hotel. Berdasarkan bantuan studi penelitian sebelumnya, secara khusus penelitian ini akan menyelidiki pengaruh EWOM, classes hotel, dan discount strategy terhadap intention to book, attitude dan trust konsumen untuk melakukan pemesanan hotel. Dengan menggunakan desain eksperimental, tesis ini mencoba mengungkapkan efek utama dari EWOM, classes hotel, dan discount strategy pada intention to book, attitude dan trust konsumen. Agar penelitian ini lebih menarik, penelitian ini juga mengungkapkan pengaruh interaksi antar variabel independen tersebut terhadap intention to book, attitude dan trust konsumen. Total partisipan pada penelitian ini 240 respondent yang disebar dan diminta untuk mengisi pertanyaan dari salah satu sel yang dimana skenario setiap sel akan berbeda-beda. Hasil penelitian ini menunjukkan efek utama yang signifikan adalah dari EWOM terhadap intention to book, attitude dan trust konsumen. Penelitian ini juga menunjukkan pengaruh ke 3 interaksi antara EWOM, classes hotel, dan discount strategy terhadap intention to book, attitude dan trust konsumen dengan hasil yang signifikan juga. Hasil dari penelitian ini member arahan kepada pemasar hotel tentang cara mempromosikan hotel mereka dan meningkatkan keuntungan hotel tersebut.

ABSTRACT

The objective of this study was to examine factors affecting hotel booking intention, attitude and trust. Based on previous studies, this research specifically investigated the effect of e-wom, discount strategies and hotel classes on consumer intention to book, attitude and trust hotel. By using experimental design, this research tried to uncover the main effects of e-wom, discount strategies, as well as hotel classes on intention to book, attitude and trust hotel. Further, this research also tried to reveal the interaction effect among above independent variables on intention to book, attitude and trust hotel. The sample of this research was 240 students of Universitas Indonesia who were then randomly assigned to each of treatment conditons. The results of this research showed significant main effects of e-wom, discount strategies, and hotel classes on intention to book, attitude and trust hotel. This research also showed a significant interaction effect of e-wom, discount strategies, as well as hotel classes on intention to book, attitude and trust hotel. The research results gave directions to hotel marketers on how to promote their hotels and increase their hotels occupancy rates.