

Pengaruh bentuk discount frame terhadap willingness to purchase ketika menggunakan aplikasi pemesanan hotel yang dimediasi perceived saving = The effect of discount frame form toward willingness to purchase when using hotel booking apps mediated by perceived saving

Muhammad Aldian Sevana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20527269&lokasi=lokal>

Abstrak

Aplikasi pemesanan hotel makin bertumbuh pesat karena kelebihan yang ditawarkan seperti kemudahan pemesanan dan menyediakan berbagai pilihan hotel. Selain kamar, aplikasi pemesanan hotel juga menawarkan fasilitas berbayar lain yang juga diharapkan untuk dipesan oleh para konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menerapkan diskon dalam bentuk paket produk, misalnya dengan bentuk Add-on Discount Frame (ADF), dimana diskon diberikan hanya pada produk tambahan dan Bundle Discount Frame (BDF), dimana diskon diberikan pada harga keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bentuk discount frame terhadap willingness to purchase dengan perceived saving yang berperan sebagai mediator pada penawaran paket produk hotel. Penelitian ini berdesain eksperimental dengan total 192 partisipan yang diberikan manipulasi discount frame berbentuk ADF atau BDF secara acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh mediasi dari perceived saving pada pengaruh discount frame ADF terhadap willingness to purchase sehingga disarankan untuk aplikasi pemesanan hotel agar mempertimbangkan penerapan ADF. Akan tetapi, tidak ditemukan hubungan antara discount frame ADF dengan willingness to purchase sehingga hasil terdapat kemungkinan pengaruh dari selain dari variabel-variabel penelitian.

.....Hotel booking apps have grown rapidly because of the benefits, such as convenience booking and providing wide selection of hotels. In addition to rooms, hotel booking apps also offer other facilities that they expect consumers to order. One way to make that happen is applying discounts with the product packages form, for example Add-on Discount frame (ADF), where discount is given to additional products and Bundle Discount Frame (BDF), where discount is given to the overall price. Therefore, this study aims to determine the effect of discount frames form on willingness to purchase with perceived savings as mediator in hotel packages offers. This study was conducted with experimental design using 192 participants who were randomly assigned to one of the discount frame variations. The results show that there is mediating role of perceived saving on the effect of discount frame ADF on willingness to purchase, so it's recommended for the hotel apps to consider using ADF. However, there is no relationship between discount frame and willingness to purchase so this result may contain influences from other than research variables.