

Pengaruh word of mouth terhadap minat beli konsumen pada Tune Hotels Kuta-Bali = The Effect of word of mouth toward konsumen purchase intention at Tune Hotels Kuta-Bali

Octaviantika Benazir Kumala

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=20281080&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh word of mouth terhadap minat beli konsumen pada Tune Hotels Kuta-Bali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang berdomisili di DKI Jakarta dengan menggunakan metode nonprobability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan simple regression. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa word of mouth memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Word of mouth mempengaruhi minat beli sebesar 56.3%, dan sisanya sebesar 43.7% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi volume dan dispersion mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.