

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, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20281080&lokasi=lokal>

Abstrak

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.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the effect of word of mouth on Consumer Purchase Intention at Tune Hotels Kuta-Bali. This research applied quantitative approach. The sample of this research is 100 consumers who are domiciled in DKI Jakarta, collected using non-probability sampling and purposive technique. This research used questionnaire as research instrument and analyzed with simple regression. The result of this research indicate that word of mouth have a significant effect on consumer purchase intention. Word of mouth effect consumer purchase intention equal to 56.3%, and the residue equal to 43.7% effected by some other factor. The analysis result indicated that volume and dispersion factors have a significant effect on consumer purchase intention.