

Pembentukan purchase intention kuliner melalui online review Zomato = Culinary purchase intention through Zomato online review

Rininta Oktaviani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468688&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami perkembangan dalam beberapa tahun terakhir. Di era teknologi ini, orang cenderung mencari informasi kuliner melalui media berbasis internet. Perilaku pencarian informasi ini dimaksudkan untuk mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang restoran atau memberi konsumen gambaran mendalam tentang tempat terbaik untuk dikunjungi. Salah satu jenis informasi yang banyak dicari di media berbasis internet adalah ulasan online yang dituliskan oleh pelanggan sebelumnya. Makalah ini membahas sejauh mana ulasan online ini berdampak pada minat pembelian konsumen. Hubungan antara topik yang dipilih dengan tinjauan teoritis yang digunakan terletak pada kebebasan khalayak yang secara aktif mencari media dalam penelitian ini ialah Zomato dan konten yang spesifik informasi kuliner untuk menghasilkan gratifikasi tertentu dalam hal ini purchase intention . Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ulasan online menempati posisi penting dalam pembentukan purchase intention kuliner.<hr>

ABSTRACT

Food and beverage industry in Indonesia has grown in the last couple of years. In this technology era, people tend to look up for culinary information through internet based media. This information seeking behaviour is intended to reduce uncertainty caused by lack of knowledge about the restaurants or to give consumers in depth descriptions of the best places to go. One of the existing type of information that many people seek out is online review made by previous customers. This paper examines the extent to which these online reviews have impacts on consumers rsquo purchase intention. The link between the selected topic and the theoretical review used lies in the freedom of the audience who actively searches for media in this study, Zomato and the specific content culinary information to fulfill a certain gratification in this case purchase intention . The result of this study concludes that online review occupies a significant position in the formation of culinary purchase intention.