

Pengaruh electronic word-of-mouth terhadap minat berkunjung melalui destination image (studi pada Boutique Hostel Cara Cara Inn Bali) =
The effect of electronic word-of-mouth towards visit intention through destination image (study on Boutique Hostel Cara Cara Inn Bali) /
Alvira Sheena Arifin

Alvira Sheena Arifin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475777&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang pengaruh electronic word-of-mouth terhadap minat berkunjung melalui destination image sebagai perantara pada boutique hostel Cara Cara Inn. Penelitian ini difokuskan terhadap akun social media Instagram dari Cara Cara ini dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 260 followers aktif dari akun tersebut sebagai responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis multivariate dengan menggunakan analisis jalur untuk menguji pengaruh variabel perantara dan membandingkan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara electronic word-of-mouth terhadap minat berkunjung melalui destination image sebagai variabel perantara, dan dengan adanya variabel perantara tersebut pengaruh antara electronic word-of-mouth terhadap minat berkunjung terbukti menjadi lebih kuat.

This thesis discusses about the effect of electronic word of mouth towards visit intention through destination image as a mediator on boutique hostel Cara Cara Inn. This research focuses on social media Instagram account of Cara Cara Inn and uses quantitative approach with conducting an online questionnaire to 260 active followers of that account as the respondent of this research.

Analysis technique used for the data is multivariate analysis, with path analysis to test the effect of mediating variable and compare how big is the direct and indirect effect of the variables in this research. The result showed that electronic word of mouth has a significant effect towards visit intention through destination image as a mediating variable, and with that variable as a mediator, the effect of electronic word of mouth towards visit intention is proved to be stronger.