

Implikasi model elaborasi likelihood pada penggunaan media sosial untuk merencanakan perjalanan milenial = Implications of the likelihood elaboration model on the use of social media to plan millennial trips

Harryanto Suhardjo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20489123&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan perjalanan pada generasi milenial dengan menggunakan pendekatan elaboration likelihood. Sampel yang penulis gunakan adalah Milenial Indonesia yang aktif menggunakan media sosial dan pernah menggunakan media sosial untuk merencanakan pengalaman berwisata. Penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengolah datanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada proses awal perencanaan, jalur perifer yang terdiri dari kredibilitas sumber dan reputasi media sosial sangat berperan. Sedangkan pada proses selanjutnya perencanaan rute pusat merupakan jalur utama yang mempengaruhi pengguna ketika mereka mulai menggali lebih banyak informasi dan semakin tertarik dengan informasi yang mereka cari. Ini menyimpulkan bahwa selama proses keputusan pembelian, rute selanjutnya memainkan peran besar, tetapi rute awal memainkan peran penting untuk menarik perhatian pelanggan potensial sebelum mereka memutuskan produk atau layanan mana yang ingin mereka fokuskan.

.....This study aims to identify the factors that influence trip planning for the millennial generation using the elaboration likelihood approach. The sample that the author uses is Indonesian Millennials who actively use social media and have used social media to plan travel experiences. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) to process the data. The results showed that in the initial planning process, peripheral pathways consisting of source credibility and social media reputation played a major role. Whereas in the next process central route planning is the main route influencing users as they start to dig more information and become more interested in the information they are looking for. It concludes that during the buying decision process, the next route plays a big role, but the initial route plays an important role in grabbing the attention of potential customers before they decide which product or service they want to focus on.