

Pengaruh atmosfir atribut pada restoran terhadap branding media sosial = The Effect of atmospheric attributes inside restaurants on social media branding

Pakpahan, Donna Irma Rumondang, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20489847&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Sebagai kota metropolitan, Jakarta tentu memiliki berbagai macam fasilitas *hospitality* untuk masyarakatnya khususnya restoran. Hal ini akan membuat persaingan ketat bagi para pemilik restoran untuk berusaha memperbaiki image restoran mereka agar dapat bersaing dari kompetitornya. Dalam era digital ini memiliki branding yang baik di dalam sosial media akan sangat membantu kesuksesan suatu usaha restoran. Media sosial memberi kemudahan bagi pelaku usaha dalam melakukan pemasaran karena menciptakan kecepatan dan ketepatan terhadap segmentasi pasar yang diinginkan. Melihat potensi tersebut, para pelaku usaha restoran berusaha menciptakan branding yang baik dalam media sosial untuk memenuhi ekspektasi pasar. Merespon dari hal tersebut, lingkungan fisik sebagai pembangun atmosfir dari sebuah restoran menjadi elemen utama untuk memperkuat branding restoran dalam media sosial. Tiga kunci utama dalam lingkungan fisik : (1) pencahayaan, (2) warna dan (3) style dapat meningkatkan kualitas atmosfir yang dihasilkan untuk menciptakan pengalaman kunjungan yang memuaskan. Ketika ekspektasi dari pengunjung tercapai, hal ini akan memicu perilaku sosial media pengunjung. Dampak *word of mouth* oleh pengunjung di media sosial nantinya akan mempengaruhi branding restoran secara keseluruhan.

ABSTRACT

One of the most influential facilities in the hospitality industry especially Jakarta is restaurant. In recent years, there are many restaurants compete with each other in order to survive the marketing competition. Furthermore, in this digital era, having good branding on sosial media will be very helpful in the restaurant business. Sosial media provides a system for business people to the most effective business marketing, by reason of the speed and accuracy for the desired market segmentation. Perceiving this potential, restoran owners try to build good branding in sosial media to construct market expectations. Responding to this, the physical environment as an element of the atmosphere in a restaurant is a key element to strengthen restoran branding on sosial media. They can improve the quality of the atmosphere produced in order to create a satisfying visiting experience. Therefore, when the expectations of the visitors are as expected, they will be driven to perform sosial media behavior (word of mouth) online. This study describes the impact of word of mouth by visitors on sosial media caused by the quality of atmospheric attributes, effectively will affect the overall branding of the restaurant. In this study, restaurants with good sosial media reputation under different characteristics and concept in Jakarta have selected as the cases studies. The aim regarding this choice of case studies is to find a common thread of differences. Hypothesis in this study found that restorans with harmonious atmospheric attributes will provide a satisfying experience for visitors which will trigger sosial media behavior enhance branding.