

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi untuk melakukan pemesanan hotel dan intensi untuk menyebarkan e-WOM pada Instagram = Influence factors of hotel booking intention and intention to spread e-WOM on Instagram

Manulang, Yosua Parhorasan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506728&lokasi=lokal>

Abstrak

Instagram merupakan sebuah platform media sosial populer dengan banyak fitur telah menjadi media pemasaran yang penting khususnya untuk hotel. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan perilaku konsumen terhadap pemasaran melalui Instagram termasuk faktor dan pengaruhnya. Penelitian ini menggunakan model integrasi antara pemasaran dan psikologi sosial pada Instagram. Data dikumpulkan melalui survey online dimana responden diminta untuk mengunjungi Instagram Hotel dan kemudian menyelesaikan survey. Structural Equation Model (SEM) digunakan untuk menguji model penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah Compliance sebagai bagian dari psikologi sosial bukan merupakan faktor untuk menjelaskan sikap terhadap Instagram Hotel. Identification dan Internalization menjadi faktor yang dapat mempengaruhi sikap terhadap Instagram Hotel. Intensi untuk melakukan pemesanan hotel dan intensi untuk menyebarkan e-WOM merupakan hasil dari pemasaran pada Instagram. Penelitian ini merupakan panduan bagi hotel untuk menciptakan strategi marketing melalui Instagram dengan menciptakan nilai bagi konsumen daripada memberikan reward sehingga akan muncul intensi untuk melakukan pemesanan hotel dan intensi menyebarkan e-WOM sebagai hasil dari pemasaran. Penelitian ini diharapkan berkontribusi menjadi literatur tentang efektifitas pemasaran melalui Instagram di Industri perhotelan.

.....Instagram, a popular global mobile photo and video sharing platform with variety of features has become an important marketing tools especially for hotel. These paper aim to examine the consumer behavior model toward marketing on Instagram including factors and impact. This study expressed the integrated model between marketing and social psychology theories through Instagram Hotel. Data have been collected via a structural online survey which respondent expected to visit the live Instagram Hotel then fill out the survey. Structural equation model (SEM) has been used to test the model. The result of this study is Compliance as a part of social psychology hasnt strong affected for attitude toward Instagram rather than Identification and Internalization. On the other side, Hotel Booking Intention and Intention of e-WOM is impact from marketing. This study provided guidelines for hotel marketers to create marketing strategy through Instagram with considering how to create value for customer rather than impress customer with giving reward. Intention to purchase and e-WOM are impact of marketing definitely, however it would be starting with strategic approach that is by creating interactive ways (attractive photos and videos) by utilizing variety of Instagram features. The study contributes to become knowledge about Instagram marketing effectiveness in hospitality industry.