

Peran Interaksi dan Komunikasi terhadap Pengalaman Penyelenggaraan Virtual Event dalam Membentuk Kepuasan serta Behavioral Intention Generasi Milenial dan Z di Indonesia = The Role of Interaction and Communication on the Experience of Virtual Events in Shaping the Satisfaction and Behavioral Intention of Millennials and Generation Z in Indonesia

Radissa Shafi Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920520836&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas bisnis industry event, penyelenggara acara semenjak terjadinya gelombang pertama pandemic covid-19 memutuskan untuk beralih menyelenggarakan acara secara digital atau secara virtual. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui perihail makna dari pergantian acara secara langsung menjadi acara secara virtual serta dampaknya pada generasi milenial dan z di Indonesia. Dengan mempertimbangkan keminatan dan pengetahuan akan teknologi terkini, dapat diasumsikan bahwa generasi M/Z tersebut lebih unggul daripada generasi lain dalam hal kepekaan teknologi terbaru. Fokus penelitian ini mengarah pada pentingnya komunikasi pada acara virtual, keterlibatan, interaksi, dan hubungannya dengan pengalaman terhadap acara virtual yang nantinya dapat memengaruhi kepuasan konsumen yang mengarah pada perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan sampel 230 responden generasi milenial dan z di Indonesia yang pernah menghadiri acara virtual (online) dalam waktu 3 tahun terakhir. Structural equation modelling digunakan untuk menganalisis data. Hasil pengolahan dan analisis data, menunjukkan hubungan positif antara Online Consumer-to-Consumer Interaction dan Effective Communication terhadap Virtual Event Experiences yang mempengaruhi secara positif terhadap Visitor's Satisfaction. Sehingga pengunjung acara virtual memiliki niat perilaku positif (positive behavioral intention) terhadap acara virtual. Temuan daripada penelitian ini diharapkan dapat mengantisipasi penerapan acara virtual dimasa yang akan datang pada industry bisnis terkait, terutama pada industri bisnis pariwisata di Indonesia.

.....In order to increase the productivity of business event industry, event holders who have experienced restrictions during the first wave of the COVID-19 pandemic, have decided to shift all types of activities on to the digital field. This paper was made to examine the meaning behind the shifting of virtual events and the impact it made on Millennials and Z generations's behavioural intention in Indonesia. Considering the level of interest and susceptibility to technology, it can be assumed that millennials and Z generations are more superior than other generations in this matter. This paper focused on the importance of online event's communication, engagement, interaction, and its relation to online event experiences, that may affect consumer's satisfaction that leads to consumer's behaviour. The model on this paper uses samples of 230 respondent of Millennials and Z Generations in Indonesia that have attended virtual (online) events in the last 3 years. Structural equation modelling is used to analyse the data. The results show a positive relations of Online Consumer-to-Consumer Interaction and Effective Communication to Online Event Experiences that affects Visitor's Satisfaction. So that visitors of virtual events has positive Behavioral Intentions toward virtual event. The findings of this paper may anticipate the future of implementing virtual events on any business-related industries, more so on the tourism business industry in Indonesia.