

Analisis pengaruh informasi dan karakteristik video ulasan influencer di media sosial terhadap intensi dan keputusan untuk melakukan pembelian secara Online = Analysis of the influence of information and video characteristics of influencer video review on social media towards online purchase intention and decision

Felia Risky Faizal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554873&lokasi=lokal>

Abstrak

Video ulasan influencer merupakan ulasan produk yang disajikan dalam bentuk media video oleh para influencer di media sosial. Sebelum membuat keputusan pembelian secara online, pembeli menonton video ulasan influencer untuk mendapatkan informasi produk yang dibutuhkan. Online review dalam bentuk video diketahui mampu memberikan visualisasi produk yang lebih nyata dan memberikan dampak besar terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh informasi dan karakteristik video ulasan influencer di media sosial terhadap keputusan untuk melakukan pembelian secara online. Teori Information Acceptance Model (IACM) digunakan untuk menguji karakteristik informasi pada video ulasan influencer. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan total data yang berhasil didapatkan sebanyak 1042 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis Covariance-Based Structural Equation Modelling (CB-SEM) dengan bantuan program AMOS 24.0 untuk pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari faktor kredibilitas informasi, kualitas informasi, kebutuhan akan informasi, karakteristik video, dan jumlah penonton, likes, komentar, serta interaksi terhadap intensi pembelian produk. Pengaruh kualitas informasi terhadap intensi pembelian produk tidak terkonfirmasi pada penelitian ini. Kemudian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh intensi pembelian produk terhadap keputusan untuk melakukan pembelian secara online. Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini yaitu memperkaya konsep dan pengetahuan mengenai eWOM dalam bentuk online review yang disajikan melalui media video, memberikan wawasan kepada penjual mengenai penggunaan video review influencer untuk bahan pertimbangan keputusan pembelian, pengembangan fitur yang berkaitan dengan konten video di media sosial, dan menambah wawasan bagi influencer terkait kualitas informasi dan karakteristik video ulasan.

.....Influencer video review is a product review in the form of video and presented by social media influencers. Before making an online purchase decision, buyers watch influencer video review to obtain product's information needed. Online video reviews are known for their ability to provide real product visualization and deliver a major impact to purchase decision. Hence, the aim of this study is to determine the influence of information and video characteristics of influencer video review on social media towards online purchase decision. For this purpose, Information Acceptance Model (IACM) theory was used to examined the characteristics of information on influencer's video review. This study uses a quantitative approach with data obtained from 1.042 respondents. The data analysis method used in this study is Covariance-Based Structural Equation Modelling (CB-SEM) with AMOS 24.0. The findings indicated that information credibility, needs of information, perceived video characteristics, and number of views, likes, comments, and replies influence purchase intention. However, the relationship between information quality and purchase intention was not confirmed in this study. Further, the results also confirms that there is an

influence from purchase intention towards customer's online purchase decision. This study could develop the previous concept and research that examined an eWOM in the form of video and provide insight about the use of influencer video review on social media for purchase decision making. Moreover, this study could help to develop features related to video content on social media and provide an insight for influencers regarding the quality of information and characteristics of online video review.