



ABSTRACT

Many online customer review (OCR) websites have emerged in Indonesia and potential customer of a product or service is starting to look at OCR for recommendations. This research aims to find whether the attributes of OCR are also found to be helpful in Indonesian society. Dual-process theory has been applied in this study to investigate the normative and informational predictors of information diagnosticity. The findings suggest that both normative cues (such as overall product ranking and customer rating) and informational aspects (such as information quality, source credibility, and information quantity) have a significant and positive relationship with information diagnosticity of OCR users. This study explores the research on the usefulness and helpfulness of OCR specifically for dining place recommendation in Indonesia which can be a consideration for marketing managers to notice the opportunity of using OCR websites for publication.

Keyword: Electronic word of mouth; Online consumer reviews; User-generated content; Dual-process theory; Information diagnosticity



ABSTRAK

Banyak situs ulasan pelanggan online (UPO) mulai muncul di Indonesia dan pelanggan potensial dari produk atau jasa mulai melihat UPO untuk mencari rekomendasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut UPO juga ditemukan untuk membantu konsumen-konsumen Indonesia. Teori Dual-proses telah diterapkan dalam penelitian ini untuk menyelidiki prediktor normatif dan informasional dari diagnosa informasi konsumen. Temuan menunjukkan bahwa baik aspek normatif (seperti peringkat keseluruhan produk dan *rating* dari pelanggan) dan aspek informasi (seperti kualitas informasi, kredibilitas sumber informasi, dan kuantitas informasi) memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan diagnosa informasi dari pengguna UPO. Penelitian ini mengeksplorasi penelitian tentang kegunaan UPO khususnya untuk rekomendasi tempat makan di Indonesia yang bisa menjadi pertimbangan bagi para manajer pemasaran untuk menggunakan situs UPO sebagai media publikasi.

Kata kunci: Getok tular online; Ulasan pelanggan online; User-generated content; Teori Dual-proses; Diagnosa informasi