

Keberadaan getok tular elektronik yang berbentuk ulasan daring diketahui telah mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen hotel di Indonesia. Melalui teori *elaboration likelihood model*, penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor apa yang signifikan mempengaruhi konsumen dalam mengadopsi informasi ulasan jasa hotel di situs daring perjalanan dan akomodasi. Objek penelitian ini adalah situs daring perjalanan dan akomodasi dengan fitur ulasan konsumen di Indonesia.

Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang memiliki pengalaman melakukan pemesanan kamar hotel secara daring dengan terlebih dahulu mencari informasi hotel melalui ulasan konsumen lain di situs Agoda, Booking.com, Pegipegi, Tiket.com, Traveloka, dan TripAdvisor. Pengumpulan 220 responden yang telah memenuhi kriteria tersebut dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga dimensi pembentuk variabel kualitas dan kredibilitas informasi yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan adopsi informasi. Sementara, variabel aktualitas, akurasi, dan keahlian sumber tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketergunaan informasi. Variabel relevansi, kelengkapan, kepercayaan diketahui sebagai faktor yang berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap ketergunaan informasi. Semakin tinggi nilai ketergunaan informasi maka semakin tinggi pula intensi konsumen hotel untuk mengadopsi informasi terkait keputusan pembelian.

Kata kunci: Getok Tular Elektronik, Kualitas Informasi, Kredibilitas Informasi, Relevansi, Aktualitas, Akurasi, Kelengkapan, Keahlian Sumber, Kepercayaan Sumber, Ketergunaan Informasi, Adopsi Informasi.

ABSTRACT

The presence of electronic word of mouth in the form of an online review is known to have influenced the purchasing decisions of hotel consumers in Indonesia. Through elaboration likelihood model, this study aims to examine what factors significantly influence consumers in adopting hotel reviews information on travel and accommodation websites. The objects of this study are travel and accommodation websites with features of consumer reviews in Indonesia.

Respondents in this study are consumers who have experience of booking hotel rooms online by first searching for information through other consumer reviews on website such as Agoda, Booking.com, Pegipegi, Tiket.com, Traveloka, and TripAdvisor. The collection of 220 respondents who have met these criteria is done by non-probability sampling method with purposive sampling. This research also uses the quantitative method and simple linear regression analysis method and simple linear regression.

The results showed that there are three dimensions of information quality and information credibility that has a significant and positive impact on information adoption decisions. Meanwhile, the variable of timeliness, accuracy, and source expertise do not have a significant effect on the information usefulness. Variables of relevance, comprehensiveness, source trustworthiness are known as factors that have a significant and positive effect on information usefulness. The higher the value of information usefulness the higher the intention of hotel consumers to adopt the information related to the purchase decision.

Keywords: Electronic word of mouth, Information Quality, Source Credibility, Relevance, Timeliness, Accuracy, Comprehensiveness, Source Expertise, Source Trustworthiness, Information Usefulness, Adoption Information