

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas influencer thatonewfcguy terhadap niat kunjungan ke kafe work-from-café di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melalui teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada followers TikTok @thatonewfcguy. Variabel kredibilitas influencer diukur melalui dimensi daya tarik, kepercayaan, dan keahlian, sedangkan niat kunjungan diukur berdasarkan ketertarikan dan keinginan responden untuk mengunjungi kafe yang direkomendasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas influencer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan. Semakin tinggi tingkat kredibilitas influencer, maka semakin besar pula kecenderungan followers untuk mengunjungi kafe work-from-café yang dipromosikan. Dengan demikian, kredibilitas influencer menjadi faktor penting dalam memengaruhi perilaku audiens, khususnya dalam konteks keputusan kunjungan ke kafe..

Kata Kunci: Kredibilitas Influencer, Niat Kunjungan, TikTok

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of influencer credibility, particularly thatonewfcguy, on the intention to visit work-from-café establishments in Bandung. This research employs a quantitative approach using a survey method, with data collected through questionnaires distributed to the followers of @thatonewfcguy on TikTok. Influencer credibility is measured through three dimensions: attractiveness, trustworthiness, and expertise, while visit intention is assessed based on the respondents' interest and willingness to visit the promoted cafés. The results indicate that influencer credibility has a positive and significant effect on visit intention. The higher the level of influencer credibility, the greater the likelihood that followers will intend to visit the recommended work-from-café. Therefore, influencer credibility plays an important role in influencing audience behavior, particularly in shaping visit intentions toward café destinations..

Keywords: *Influencer Credibility, Visit Intention, TikTok,*

RINGKESAN

Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nganalisis pangaruh kredibilitas influencer thatonewfcguy kana niat kunjungan ka kafe work-from-café di Kota Bandung. Panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan kuantitatif kalayan métode survei, ngaliwatan téhnik ngumpulkeun data dina wangun nyebarkeun kuesioner ka followers TikTok @thatonewfcguy. Variabel kredibilitas influencer diukur ngaliwatan diménsi daya tarik, kapercayaan, jeung kaparigelan, sedengkeun niat kunjungan diukur dumasar kana kapentingan jeung kahayang résponden pikeun ngadatangan kafe anu direkomédasikeun. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén kredibilitas influencer miboga pangaruh anu positif jeung signifikan kana niat kunjungan, dimana beuki luhur tingkat kredibilitas influencer, beuki gedé ogé kacenderungan followers pikeun ngadatangan kafe work-from-café anu dipromosikeun, ku kituna kredibilitas influencer jadi faktor penting dina mangaruhan paripolah audiens, hususna dina kontéks kaputusan pikeun ngadatangan kafe.

Kecap Konci: Kredibilitas Influencer, Niat Kunjungan, TikTok