

Pengaruh sistem perilaku positif (the behavioral activation system) dan sistem perilaku negatif (the behavioral inhibition system) terhadap hedonic shopping value studi kasus pada ace hardware = Influence of the behavioral activation system and the behavioral inhibition system toward hedonic shopping value (case study on ace hardware)

Welvina Poulika T., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348002&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari dibuatnya skripsi ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Sistem Perilaku Positif (The Behavioral Activation System) dan Sistem Perilaku Negatif (The Behavioral Inhibition System) Terhadap Hedonic Shopping Value (HSV). Penelitian ini menggunakan studi kasus pada Ace Hardware di Jakarta dengan jumlah responden sebanyak 234 orang. Data penelitian ini diolah dengan software Lisrel 8.51, menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM). Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa The Behavioral Activation System (BAS) terbukti memberikan pengaruh terhadap Hedonic Shopping Motivations (HSM) sedangkan The Behavioral Inhibition System (BIS) tidak terbukti mempengaruhi HSM. Terbukti bahwa HSM berpengaruh terhadap HSV. BAS dan BIS tidak terbukti berpengaruh terhadap HSV. Pengaruh BAS dan BIS terhadap HSM pada wanita tidak terbukti lebih besar daripada pria, sedangkan pengaruh BAS dan BIS terhadap HSV pada wanita terbukti lebih besar daripada pria.

.....The purpose of this paper is to determine the effect The Behavioral Activation System and The Behavioral Inhibition System towards Hedonic Shopping Value. This study uses a case study on Ace Hardware in Jakarta with the number of respondents is 234 people. The research data was processed with 8:51 Lisrel software, using Structural Equation Modeling (SEM). The results of data processing show that the Behavioral Activation System (BAS) give effect to the Hedonic Shopping Motivations (HSM) but The Behavioral Activation System (BIS) does not affect the HSM. Proved that the HSM effect on HSV. BAS and BIS are not shown to affect the Hedonic Shopping Value (HSV). The influence of BAS and BIS on HSM in women not proved greater than men, while the influence of BAS and BIS towards HSV in women proved greater than men.