

Studi tentang nilai nilai konsumen kebutuhan dan niat perilaku perbandingan Indonesia dan Korea = A study on consumers values needs and behavioral intentions comparison of Indonesia and Korea / Kim Tae Young

Kim, Tae Young, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20411797&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Consumers' value, Needs, dan Behavioral intentions terhadap konsumen di Indonesia dan Korea Selatan yang membeli Smartphone baru. Pengambilan Data menggunakan teknik convenience sampling, dan responden yang berasal dari wilayah JaBoDeTaBek. Hipotesis diuji dengan menggunakan SPSS dan Structural Equation Modelling (SEM) berupa LISREL 8.5. Objek Penelitian ini adalah konsumen dari Indonesia dan Korea Selatan yang membeli Smartphone baru. Dikarenakan keadaan ekonomi di kedua negara ini yang sedang mengalami perkembangan pesat, menyebabkan jumlah pengguna Smartphone di Korea dan Indonesia juga semakin meningkat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa self-directed values secara signifikan mempengaruhi experiential need; experiential need secara signifikan mempengaruhi intention of WOM; social needs secara signifikan mempengaruhi willingness to pay dan functional needs secara signifikan mempengaruhi willingness to pay di Indonesia. Temuan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya pada topik yang sama dan juga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan produsen Smartphone yang menggunakan consumer's values, need, dan behavioral intention sebagai marketing tool bagi produk mereka.

ABSTRACT

The purpose of this study is to recognize how the consumers' values, needs, and behavioral intentions impact to the both Indonesian consumers and South Korean consumers who buy a new smartphone. The data were collected using convenience sampling and residents of the Greater Jakarta (JaBoDeTaBek) are used as the samples for this research. The hypotheses are tested using SPSS and structural equation modeling (SEM) using LISREL 8.5. This research used Indonesian and Korean consumers who buy a new smartphone as the research object. As both countries economy is growing rapidly, Indonesian and Korean smartphone users are increasing continuously. The results show that the self-directed values positively influence experiential needs; experiential needs positively influence intention of WOM; social needs positively influence willingness to pay and functional needs positively influence to behavioral intentions in Korea. Otherwise, experiential needs positively influence repurchase intention; functional needs positively influence repurchase intention and functional needs positively influence willingness to pay in Indonesia. The findings in this research are useful for further research in this topic and also benefit smartphone companies that use consumers' values, needs, and behavioral intentions as a marketing tool for their products.