

Analisis pengaruh consumer knowledge terhadap repurchase intention dengan price discount sebagai variabel moderator studi pada pengguna jasa go jek = The effect of consumer knowledge towards repurchase intention with price discount as moderating variable study on go jek users

Patricia Amelia Tjandra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20422236&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh consumer knowledge terhadap repurchase intention dengan price discount sebagai variabel moderator pada pengguna jasa GO-JEK. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data dan informasi dikumpulkan melalui survei dengan alat bantu kuesioner serta studi kepustakaan. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pengguna jasa GO-JEK yang merupakan mahasiswa/i Universitas Indonesia dan tahu serta menggunakan layanan jasa GO-JEK dalam satu bulan terakhir, yang diambil dengan menggunakan teknik non-probability dengan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis multivariat dengan menggunakan regresi linier sederhana dan berganda, yang dilengkapi dengan grafik efek moderasi pada SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa price discount tidak mempunyai moderating effects terhadap hubungan antara consumer knowledge dengan repurchase intention. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa baik consumer knowledge maupun price discount, keduanya sama-sama memengaruhi repurchase intention.

*This study aims to examine the effect of consumer knowledge towards repurchase intention through price discount as moderating variable on GO-JEK users. This research uses a quantitative approach, in which data and information were collected through surveys with the tools of questionnaire and bibliographical studies. The sample of this research is 100 GO-JEK users, which are Universitas Indonesia students, and have been using GO-JEK in the last 1 month. This research is taken by using non-probability purposive sampling techniques. Analysis technique of the data used in this study is multivariate analysis, with simple and multiple regression on SPSS 22. The result showed that price discount has no moderating effects towards the correlation of consumer knowledge and repurchase intention. Thus, both consumer knowledge and price discount are equally affecting repurchase intention.*