

Analisis pengaruh compulsive buying terhadap response to contextual elements dimediasi oleh shopping motivations: studi kasus padagroupon disdus = The effect analysis of compulsive buying on response contextual elements mediated by shopping motivations: case studygroupon disdus

Viena Rachmania Priyono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20430132&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Fenomena perilaku compulsive buying di Indonesia menjadi latar belakang penelitian ini. Motivasi compulsive buyer pun beragam dalam berbelanja. Kehadiran daily deals website yang menawarkan diskon dengan tinggi dengan waktu yang terbatas, diyakini dapat meningkatkan perilaku compulsive buyer di konsumen Indonesia. Penelitian ini ingin melihat pengaruh compulsive buying terhadap shopping motivation dan meneliti pengaruh compulsive buying terhadap response to contextual element yang dimediasi oleh shopping motivation. Penelitian ini dilakukan pada konsumen daily deals website di Indonesia yakni Groupon Disdus yang pernah berbelanja dalam enam bulan terakhir. Metode pengolahan data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara compulsive buying terhadap shopping motivations, dan terdapat pengaruh antara compulsive buying terhadap response to contextual elements yang dimediasi oleh shopping motivations

ABSTRACT

Fenomena perilaku compulsive buying di Indonesia menjadi latar belakang penelitian ini. Motivasi compulsive buyer pun beragam dalam berbelanja. Kehadiran daily deals website yang menawarkan diskon dengan tinggi dengan waktu yang terbatas, diyakini dapat meningkatkan perilaku compulsive buyer di konsumen Indonesia. Penelitian ini ingin melihat pengaruh compulsive buying terhadap shopping motivation dan meneliti pengaruh compulsive buying terhadap response to contextual element yang dimediasi oleh shopping motivation. Penelitian ini dilakukan pada konsumen daily deals website di Indonesia yakni Groupon Disdus yang pernah berbelanja dalam enam bulan terakhir. Metode pengolahan data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara compulsive buying terhadap shopping motivations, dan terdapat pengaruh antara compulsive buying terhadap response to contextual elements yang dimediasi oleh shopping motivations.