

Pengaruh deal proneness terhadap re-participation intention dengan moderasi attribution pada partisipan online flash sale Tokopedia di Jabodetabek yang menggunakan Twitter = The effect of deal proneness on re-participation intention with attribution moderating variable among Tokopedia's online flash sale participants in Jabodetabek who are Twitter users

Nur Ramadhania, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491933&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh deal proneness terhadap reparticipation niat menjual flash online Tokopedia dengan mempertimbangkan atribusi sebagai variabel moderasi. Responden yang dituju adalah pengguna di Jabodetabek yang pernah berpartisipasi dalam Flash Sale online Tokopedia sebelumnya 1 (satu) kali terakhir dan mengalami kegagalan layanan proses. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada responden diperoleh dengan teknik purposive sampling. Hasil analisis menggunakan metode Parsial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menunjukkan bahwa kesepakatan kerentanan memiliki pengaruh langsung pada niat partisipasi ulang di pengguna yang telah berpartisipasi dalam penjualan flash online dan mengalami kegagalan layanan proses. Sedangkan peran moderasi berasal dari atribusi internal dan eksternal pengaitan menunjukkan bahwa tidak ada hubungan interaksi dengan rawan kesepakatan dalam mempengaruhi niat partisipasi ulang. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa atribusi eksternal memiliki efek langsung yang signifikan terhadap partisipasi niat.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of deal proneness on reparticipation of Tokopedia's online flash selling intentions by considering attribution as a moderating variable. The intended respondents are users on Jabodetabek that has participated in the previous Tokopedia online Flash Sale 1 (one) last time and experienced a process service failure. This research using a quantitative approach through distributing questionnaires to respondents obtained by purposive sampling technique. The results of the analysis using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method indicate that the agreement of vulnerability has a direct influence on the intention of re-participation in users who have participated in online flash sales and experienced a service process failure. Meanwhile, the role of moderation comes from internal and external attributions showing that there is no interaction relationship with agreement-prone in influencing the intention to re-participate. The analysis results also show that external attributions have a significant direct effect on intention participation.