

Peran mediasi money attitude dan moderasi religiusitas pada pengaruh penggunaan situs jejaring sosial yang berlebihan terhadap pembelian kompulsif secara online: Konsumen muslim dewasa muda = The mediating role of money attitude and moderating role of religiosity on the influence of excessive social networking sites usage towards online compulsive buying: Young adult muslim consumer.

Diana Kamila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20517837&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengguna situs jejaring sosial kian meningkat, bersamaan dengan itu, waktu yang dihabiskan dalam penggunaan situs jejaring sosial juga kian meningkat bahkan cenderung berlebihan. Penggunaan situs jejaring sosial yang berlebihan diketahui dapat mendorong seseorang melakukan pembelian kompulsif secara online. Namun penelitian terkait hal tersebut masih terbatas. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh penggunaan situs jejaring sosial yang berlebihan terhadap pembelian kompulsif secara online, dengan menggunakan dimensi money attitude sebagai variabel mediasi yang dapat menjelaskan pengaruh penggunaan situs jejaring sosial yang berlebihan terhadap pembelian kompulsif secara online, serta religiusitas sebagai variabel moderasi yang dapat melemahkan pengaruh tersebut. Responden dalam penelitian ini adalah dewasa muda muslim Indonesia yang berjumlah 602 orang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM Lisrel 8.8. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan situs jejaring sosial yang berlebihan berpengaruh positif terhadap pembelian kompulsif secara online yang dimana hubungan keduanya dapat dijelaskan melalui dimensi money attitude yang diantaranya money power dan money anxiety. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa religiusitas dapat memperlemah hubungan antara penggunaan situs jejaring sosial yang berlebihan dengan money power dan money anxiety.

.....The users of social networking sites (SNS) has increased, along with with the increase on its users, the time spent on sns has also increased and even been excessive. This excessive usage could drive into an online compulsive buying. However, there is a lack of study analyzing this relationship. Therefore this study will analyze the influence of excessive social networking sites usage towards online compulsive buying by the mediating role of money attitude as variables that could explain explain the relationship between excessive social networking sites usage and online compulsive buying and moderating role of religiosity as a variable that could weaken the relationship. Respondents of this study are Indonesian muslim young adults with total of 602 respondents. Analysis of this study is using SEM Lisrel 8.8. This study found that the excessive use of social networking sites positively influence online compulsive buying where the relationship between them is explained by money power and money anxiety as money attitude. Beside of that this study also found that religiosity weaken the relationship between excessive SNS usage and money power and money anxiety.