

Peran jenis promosi harga dan anticipated regret dalam keinginan pembelian = The role of price promotion and anticipated regret in purchase intention

Norman Parasian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518036&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari jenis promosi harga dan anticipated regret pada keinginan pembelian dari konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen 2x2 faktorial. Hasil pertama dari penelitian ini menunjukkan bahwa jenis promosi harga mampu mempengaruhi keinginan pembelian. Kedua, anticipated regret tidak mampu mempengaruhi keinginan pembelian. Hal ini diindikasikan karena konsumen semakin bijaksana dan menahan diri. Terakhir penelitian ini menunjukkan bahwa antara jenis promosi harga dan anticipated regret tidak terdapat pengaruh interaksi kepada keinginan pembelian dari konsumen.

.....This study aimed to determine the role of price promotion and anticipated regret to consumer purchase intention. A 2x2 factorial experimental method and quantitative approach was conducted in this study. Results indicated that price promotion affect purchase intention. Secondly, it showed that anticipated regret is not affect purchase intention. This behaviour showed that actually consumers are becoming wiser and more restrained. Finally, this study shows that there is no interaction effect on customer between the types purchase intentions caused by type of price promotion and anticipated regret.