

Studi pengambilan keputusan konsumen oleh forward looking consumer: penerapan model analisis varians multivariat non-hirarkhi

Chairy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=89527&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini akan menyelidiki pertimbangan masa depan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan konsumsinya. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk eksperimen dengan disain 2x2 faktorial. Faktor pertama yang diterapkan adalah faktor pertimbangan masa depan (future consideration) dengan dua tingkat faktor, yaitu anticipated regret dan expected future benefit dan faktor kedua adalah tipe jasa dengan dua tingkat faktor yaitu jasa on going dan jasa transactional. Subjek penelitiannya adalah para mahasiswa program S1, Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara, Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh future consideration terhadap pengambilan keputusan konsumen adalah signifikan sedangkan pengaruh tipe jasa tidak signifikan. Di pihak lain, juga ditemukan bahwa tingkat faktor anticipated regret lebih dominan daripada expected future benefit dalam pengambilan keputusan konsumen.