

Pengaruh Penataan dan Jumlah Produk terhadap Intensi Membeli Peran Kesukaan pada Kerapian dan Efek Kelangkaan = Why Disorganized Shelf Display Causes Low Buying Intention? The Role of Liking Tidiness and Scarcity Effects on Food Products

Andang Fazri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920521042&lokasi=lokal>

Abstrak

Teori kontaminasi konsumen menunjukkan bahwa konsumen memiliki penilaian yang lebih rendah terhadap produk yang telah disentuh oleh orang lain, dimana hubungan antara sentuhan dan evaluasi dimediasi oleh jijik. Teori ini juga menyatakan bahwa semakin banyak orang yang menyentuh produk, rasa jijik akan semakin kuat dan evaluasi produk akan semakin rendah. Penelitian sebelumnya menggunakan penataan produk yang tidak rapi sebagai isyarat kontaminasi dan jumlah produk yang sedikit digunakan untuk menguatkan persepsi kontaminasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kombinasi penataan produk yang tidak rapi dan jumlah produk yang sedikit menghasilkan intensi membeli yang rendah. Di sisi lain, studi tentang kerapian menunjukkan bahwa orang tidak menyukai ketidakrapian itu sendiri, sehingga tampilan rak yang tidak rapi dapat menyebabkan evaluasi produk yang rendah. Studi tentang kelangkaan produk menyatakan bahwa jumlah produk yang terbatas adalah isyarat kelangkaan yang meningkatkan evaluasi positif produk. Penelitian ini bertujuan untuk menguji persepsi mana yang muncul secara signifikan sebagai respon konsumen terhadap penataan yang tidak rapi dan jumlah produk yang terbatas, serta untuk menguji apakah peran mereka sebagai variabel mediasi menyebabkan rendahnya intensi beli. Dengan menguji hal tersebut, dapat dijelaskan mengapa penataan produk tidak rapi dan jumlah produk yang terbatas dapat mempengaruhi intensi membeli. Penelitian ini melibatkan 345 partisipan dan terdiri dari 2 studi eksperimental 2 (Pengaturan produk: rapi, tidak rapi) x 2 (Jumlah produk: stok penuh, stok satu buah) between subjects. Hasilnya menunjukkan bahwa untuk produk makanan dalam kemasan tampilan rak yang tidak rapi menyebabkan dua persepsi negatif yaitu persepsi terkontaminasi dan persepsi tidak menyukai penataan produk, kedua persepsi tersebut menurunkan intensi membeli. Kemudian jumlah produk yang terbatas menimbulkan persepsi laris sehingga meningkatkan intensi membeli. Sedangkan pada produk makanan tanpa kemasan, penataan produk yang tidak rapi menimbulkan persepsi konsumen yang tidak menyukai ketidakrapian tersebut sehingga mempengaruhi turunnya penilaian dan intensi konsumen untuk membeli. Kemudian konsumen tidak menyukai produk yang jumlahnya sedikit, dimana hubungan antara jumlah produk dan intensi membeli adalah hubungan langsung tanpa mediator. Ini menjelaskan secara teoritis mengapa susunan dan kuantitas produk mempengaruhi niat beli.

.....Theory of Consumer contamination suggests that consumers have lower evaluation on products that have been touched by others, where the relationship between touch and the evaluation is mediated by disgust, because it is perceived that the product has been contaminated. This theory also states that the more people who touch the product, the disgust will be stronger and the product evaluation will be lower. Previous research used disorganized shelf display as contamination cue and used limited product quantity to reinforce disgust. The research has shown that a combination of disorganized arrangement and limited product quantity resulted a low buying intention. On the other hand, the study of neatness suggests that people like neatness and dislike messiness, so that disorganized shelf display can lead to a low product

evaluation because consumer does not like the messiness. The study of the products scarcity states that the limited product quantity is a scarcity cue that increases the positive evaluation of the product. This study aims to examine which perceptions arise significantly in response to disorganized shelf display and limited product quantity, as well as to examine whether their role as mediation variables lead to low buying intention. By doing those, can be explained why disorganized shelf display and limited product quantity can affect buying intentions. This study involves 345 participants and uses experimental study 2 (Product arrangement: organized, disorganized) x 2 (Product quantity: fully-stocked, one piece_stocked) between subjects. The test results indicate that disorganized shelf display will cause two negative perceptions, they are the contaminated perception and the perception of disliking the product arrangement, the both perceptions lower the buying intention. Then the product quantity raises the perception of high demand that increases the buying intention.