

Analisis pengaruh dari motivasi intrinsik-ekstrinsik terhadap perilaku membagikan Mobile Coupon di Media Sosial = The Effects of intrinsic-extrinsic motivation toward intention to share Mobile Coupon through Social Media

Riza Andini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465394&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari motivasi intrinsik sense of self-worth dan socializing dan motivasi Ekstrinsik economic reward dan reciprocity bisa mempengaruhi seseorang untuk mau membagikan intention to share mobile coupon melalui media sosial dan untuk mengetahui bagaimana peran dari kecenderungan kupon coupon proneness dalam memperkuat seseorang untuk mau membagikan mobile coupon melalui media sosial. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 126 responden dari perempuan dan laki-laki, semua umur dapat mengisi kuesioner tersebut dengan syarat pernah membagikan mobile coupon ke media sosial. Analisis data dilakukan dengan software SPSS 20, menggunakan metode regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara langsung pada sense of self-worth, socializing, economic reward dan reciprocity terhadap intention to share. Peran moderasi coupon proneness dapat memperkuat pengaruh dari sense of self-worth, socializing, economic reward dan reciprocity terhadap intention to share.

<hr>

ABSTRACT

The purpose of this paper is to investigate the effect of two intrinsic i.e. sense of self worth and socializing and two extrinsic motivations i.e. economic reward and reciprocity on mobile coupon sharing by users through social media. Moreover, this study examines how coupon proneness moderates the relationship between motivations and mobile coupon sharing through social media. A research model that integrates four motivations sense of self worth, socializing, economic reward and reciprocity coupon proneness, and mobile coupon sharing is developed. Quantitative data from 126 respondents are collected via online survey. SPSS 20 is used to employ the data with multiple regresion technique. Found that Sense of self worth, socializing, economic reward and reciprocity have positive effects on mobile coupon sharing in social media. Furthermore, coupon proneness positively moderates the relationship of sense of self worth, socializing, economic reward and reciprocity with mobile coupon sharing.