

Pemodelan intensi pengulangan pembelian ponsel pintar dengan mempertimbangkan variabel moderasi di Indonesia = Modeling smartphone repurchase intention in Indonesia : analysis of moderating variables

Novaldy Khalifahtama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504799&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penemuan serta inovasi pada telepon genggam adalah salah satu bukti cepatnya perubahan dalam kemajuan teknologi. Peningkatan ponsel pintar yang sangat pesat di negara berkembang menandakan perlunya studi empiris terkait intensi pembelian kembali (pengulangan pembelian) ponsel pintar. Pengulangan pembelian adalah bentuk sikap

individu untuk membeli kembali produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan yang sama. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pengulangan pembelian pengguna ponsel pintar di Indonesia serta menganalisis pengaruh variabel-variabel moderasi terhadap interaksi variabel

independen dengan intensi pengulangan pembelian ponsel pintar. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu integrasi PLS-SEM dan NN-SEM. Hasil uji variabel moderator menunjukkan variabel jenis kelamin mempengaruhi interaksi variabel kegunaan, moderator pendapatan per bulan dan jenis ponsel pintar mempengaruhi interaksi daya tarik produk pesaing dan gengsi, dan durasi pemakaian ponsel pintar mempengaruhi interaksi antara variabel kualitas. Serta, hasil analisis neural network menunjukkan variabel dengan nilai kepentingan tertinggi secara berurutan yaitu word of mouth, citra merek, kepuasan, daya tarik produk pesaing, switching cost, kegunaan, serta gengsi (mianzi).

ABSTRACT

The discovery and innovation of mobile phones is one proof of the rapid changes in technological progress. The rapid increase of smartphones in developing countries indicates the need for empirical studies related to the intention to repurchase (repeat purchases) of smartphones. Repetition of purchases is a form of individual attitude to

repurchase products or services offered by the same company. The purpose of this study is to determine the factors that influence the intention to repeat purchases of smartphone users in Indonesia and analyze the effect of moderation variables on the interaction of

independent variables to repurchase intention. The method used in this research is the integration of PLS-SEM and NN-SEM. The moderator variable test results show that gender variables affect the interaction of usability variables, moderator of income per month, and type of smartphone affect the interaction of alternative attractiveness and

mianzi, and the duration of use of smartphones affect the interaction between quality variables. Also, the results of a neural network analysis show the variables with the highest importance value in the sequence, namely the word of mouth, brand image, satisfaction, the alternative attractiveness, switching cost, usability, and mianzi.