

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *Shopping Attribute* dan *Shopping Value* terhadap *Behavioral Intention*. Objek yang diambil adalah Outlet-outlet belanja di Bali.

Penelitian ini menggunakan data primer, dengan membagikan kuesiner kepada 150 responden yang pernah berkunjung ke pulau bali dan berbelanja di sana. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan kuantitatif melalui pengujian secara statistik. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *Analisis of moment structures* (AMOS 16).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *Shopping Attribute* mempunyai hubungan yang signifikan terhadap dimensi *Shopping Value* dan dimensi *Shopping Value* mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention*.

Kata Kunci : *Shopping Attribute, Shopping Value, Behavioral Intention.*



ABSTRACT

The purpose of this study to determine and analyze the influence of Shopping Attributr and Shopping Value on the Behavioral Intention. The object is taken shopping outlet in Bali.

This study uses primary data by distributing questionnaires to 150 respondents who had been to the island of Bali and shop there. The sampling technique in this study using a non-probability sampling with quantitative approach through statistical testing. Testing using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of analysis of moment structures (AMOS 16).

The results of this study indicate that the dimension Attribute Shopping has a significant connection to the dimensions of Shopping Value and Shopping Value dimensions has a significant connection to variable Behavioral Intention.

Keyword : *Shopping Attribute, Shopping Value, Behavioral Intention.*

