

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji peran mediasi dari atribusi globalitas dalam hubungan pengalaman produk dan keterikatan produk. Atribusi globalitas menjadi topik utama karena merupakan dimensi teori atribusi terkahir yang diusulkan dan masih jarang diteliti. Penelitian ini menggunakan obyek penelitian kain tradisional. Berdasarkan data dari Survei Sosial Ekonomi Nasional Modul Sosial Budaya Pendidikan (SUSENAS MSBP) tahun 2015 yang melaporkan bahwa masih sedikit penduduk Indonesia yang familiar dengan kain atau busana tradisional. Oleh sebab itu keterikatan terhadap kain tradisional penting untuk diteliti agar dapat meningkatkan penggunaannya.

Data dalam penelitian ini diperoleh secara *online* dengan ukuran sampel sebesar 239 data. Responden yang dijadikan sampel adalah responden yang pernah memiliki dan menggunakan salah satu jenis kain tradisional Indonesia dalam kurun waktu satu tahun. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan analisis *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan program WarpPLS 6.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif pada semua hipotesis dan atribusi globalitas ditemukan memediasi parsial pengaruh pengalaman produk terhadap keterikatan produk. Implikasi hasil temuan tersebut yaitu konsumen menganggap bahwa pengalaman menggunakan kain tradisional memiliki karakteristik pengalaman yang sama (global) di setiap momen menggunakan kain tradisional. Selanjutnya penelitian di masa depan perlu untuk menambah indikator pengukuran variabel atribusi globalitas sehingga lebih baik dalam menangkap fenomena keperilaku lainnya.

Kata Kunci: Teori Atribusi; Atribusi Globalitas; Pengalaman Produk; Keterikatan Produk; Kain Tradisional Indonesia, Partial Least Square.

ABSTRACT

This study aims to analyze and test the mediating role of globality attribution in the relationship of product experience and product attachment. Global attribution is the main topic because it is the dimension of the last attribution theory proposed and is still rarely studied. This research uses traditional cloth as research object. Based on data from the National Socio-Economic Survey of Education Socio-Culture Module (SUSENAS MSBP) 2015 which reported that there were still a small number of Indonesians who were familiar with traditional cloth or clothing. Therefore attachment to traditional fabrics is important to study in order to increase their use.

The data in this study were obtained by online survey with a sample size of 239 data. Respondents who were sampled were respondents who had owned and used one type of traditional Indonesian cloth within one year. The data obtained will be processed using Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) analysis with the WarpPLS 6.0 program.

The results of the study show that there is a significant positive relationship on all hypotheses and global attribution is found to mediate partially the effect of product experience on product attachment. The implication of these findings is that consumers assume that the experience of using traditional fabrics has the same (global) experience characteristics in each moment using traditional fabrics. Furthermore, future research needs to add a measurement indicator to the variable attribution of globality so that it is better in capturing other behavioral phenomena.

Keywords: *Attribution Theory, Globality Attribution, Product Experience, Product Attachment, Indonesia Traditional Fabric, Partial least Square.*