

RINGKASAN

Perkembangan digital khususnya di bidang bisnis adalah sarana untuk mengembangkan strategi marketing, banyak dari mereka para pelaku usaha memanfaatkan perkembangan digital di era sekarang. Pada era sekarang metode promosi dengan menggunakan digital marketing yaitu salah satunya adalah membagikan kupon melalui *smartphone* atau dikenal dengan *Mobile* kupon, yang dikirim berdasarkan lokasi *Global Positioning System* (GPS) yang dikirimkan melalui aplikasi *Smartphone* atau *Short Message Service* (SMS) yang bertujuan memberikan memberikan untuk memberikan promosi dengan harga diskon. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk berniat menukarkan *Mobile* kupon yaitu, Manfaat ekonomi, sosialisasi, kepercayaan, dan sikap.

Penelitian ini yang berjudul “Niat Menukarkan *Mobile* Kupon Sebagai Dampak Dari Manfaat Ekonomi, Kepercayaan, Sosialisasi, Dan Sikap Terhadap Produk” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengalisis pengaruh niat menukarkan *Mobile* kupon yang telah diterima konsumen. Penelitian ini dilakukan pada beberapa bidang kuliner di Kota Cirebon. Analisis data menggunakan uji SmartPLS dan diperoleh 100 sampel.

Dari hasil pengujian diketahui bahwa manfaat ekonomi tidak berpengaruh positif terhadap niat menukarkan mobile kupon, manfaat ekonomi berpengaruh positif terhadap sikap, kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap sikap, sikap berpengaruh positif terhadap niat menukarkan mobile kupon, sosialisasi berpengaruh positif terhadap sikap, sosialisasi berpengaruh positif terhadap niat menukarkan mobile kupon, dan manfaat ekonomi berpengaruh positif terhadap niat menukarkan mobile kupon dimediasi oleh sikap, dan sosialisasi berpengaruh positif terhadap niat menukarkan mobile kupon dimediasi oleh sikap.

Sebagai implikasi, perusahaan perlu memprioritaskan kebijakan yang terkait dengan peningkatan manfaat ekonomi dan kepercayaan serta sikap yang positif atau baik akan menstimulus konsumen untuk berniat menukarkan mobile kupon.

Kata Kunci: *Mobile* kupon, Manfaat Ekonomi, Kepercayaan, Sikap, Niat Menukarkan, Sosialisasi

SUMMARY

Digital development, especially in the business sector, is a means to develop marketing strategy, many businessmen take advantage of digital developments in the current era. In the present era, promotional methods using digital marketing, distributing coupons via smartphones or known as Mobile coupons, are sent based on the location of the Global Positioning System (GPS) which is sent via the Smartphone application or Short Message Service (SMS) which aims to provide promotions at discounted price. Several things that can convince consumers to exchange Mobile coupons are economic benefits, socialization, trust, and attitudes.

This research, entitled "Intention to Exchange Mobile Coupons as an Impact of Economic Benefits, Trust, Socialization, and Attitudes Toward Products". The purpose of this study is to analyze the effect of intention to exchange mobile coupons that have been received by consumers. This research was conducted in various culinary fields in Cirebon City. Data analysis is using SmartPLS test and obtained 100 samples.

From the test results, it recognized that economic benefits do not have a positive effect on the intention to exchange mobile coupons, economic benefits have a positive effect on attitudes, and trust has no positive effect on attitudes. Also, attitudes have a positive effect on the intention to exchange mobile coupons. On the other hand, socialization has positive effects on attitudes, socialization has positive effects on intentions exchanging mobile coupons, and economic benefits have a positive effect on the intention to exchange mobile coupons mediated by attitude and socialization has a positive effect on the intention to exchange mobile coupons mediated by attitudes.

As an implication, companies need to prioritize policies related to increasing economic benefits and trust in line with positive or good attitudes that will stimulate consumers to intend to redeem mobile coupons.

Keywords: Mobile Coupons, Economic Benefits, Trust, Attitude, Intention to Exchange, Socialization