

SITUATIONAL INVOLVEMENT SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH ENDURING INVOLVEMENT PADA CYCLING AFFECTIVE STATE (Kasus pada Pesepeda di Provinsi DIY)

Dendi Santoso Husen¹

Wisnu Prajogo²

Rudy Badrudin³

¹Undergraduate Student Program, Department of Management

^{2,3}Department of Master Management

^{1,2,3}YKPN School of Business (STIE YKPN), Yogyakarta, Indonesia

E-mail: dendisans@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine Situational Involvement as a Mediator of the Effect of Enduring Involvement on the Cycling Affective State. In this study the authors used a sample of one hundred forty-six respondents. These respondents are people who enjoy using bicycles for at least the last 3 months in DIY Province. The type of data used is qualitative data, the data source used is primary data and the method of collection in this study is a questionnaire. The test used to test the research instrument in the form of validity and reliability tests. The data analysis technique uses descriptive statistics and SEM (analysisStructural Equation Modeling) which is operated using the AMOS (Analysis of Moment Structure) program. Based on the results of hypothesis testing, the variable enduring involvement has a positive effect on the cycling affective state, and enduring involvement has a positive effect on situational involvement, while situational involvement has no positive effect on the cycling affective state, and situational involvement as a mediator has no effect on enduring involvement in the cycling affective state.

Keywords: enduring involvement, situational involvement, cycling affective state

PENDAHULUAN

Sejak pandemi *Covid-19* mewabah diseluruh dunia, bersepeda menjadi salah satu pilihan olahraga dan transportasi paling diminati. Masyarakat memilih berangkat ke tempat kerja menggunakan sepeda karena saat berangkat menggunakan transportasi umum sangat ramai dan membuat kekhawatiran masyarakat akan tertular virus corona. Tidak hanya berangkat ke tempat kerja dan aktivitas sehari-hari, sepeda mulai menjadi tren gowes dan sangat diminati masyarakat sehingga penjualan melonjak di banyak negara. Melansir BBC, penjualan di sejumlah toko sepeda di Inggris mengalami lonjakan akibat adanya lockdown dan tingginya minat warga Inggris akan berolahraga. Beberapa toko sepeda bahkan harus berjuang untuk memenuhi permintaan pembeli. Menurut Survei Global Web Index (2013), salah satu toko sepeda di Bicester Inggris (Broadribb Cycles), yang biasanya mereka menjual hanya 20-30 sepeda per minggunya, kini dapat menjual 50 sepeda untuk setiap harinya. Mekanik di bengkel sepeda Lunar Cycles di London utara mengatakan bahwa penjualan sepeda saat ini sedang melonjak, bahkan salah satu masyarakat Irlandia utara berkata "Saya kembali gowes setelah terakhir melakukannya sekitar 15 atau 20 tahun yang lalu".

Peningkatan sepeda tidak hanya terjadi di negara Barat namun juga terjadi di Indonesia. Adanya tren sepeda ini membuat permintaan sepeda khususnya merek dalam negeri mengalami peningkatan. PT. Inersa Sena merupakan salah satu pabrik sepeda yang paling diminati, yang mengeluarkan produk sepeda dengan merek Polygon. Pabrik sepeda yang berpusat di Sidoarjo Jawa Timur ini mengalami kenaikan permintaan yang cukup pesat, dari toko distributor kenaikannya antara 50 hingga 200 persen. Menurut data dari Google Trends terdapat perbedaan waktu gelombang peningkatan pencarian sepeda antara masyarakat dunia dengan Indonesia. Berdasarkan landasan yang telah dijelaskan penulis memilih untuk melakukan penelitian dengan judul “*Situational Involvement* sebagai mediasi pengaruh *Enduring Involvement* terhadap *Cycling Affective State*”.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Involvement adalah kata yang umum digunakan dan berbagai arti yang menggambarkan keterlibatan psikologi sosial dan perilaku konsumen. *Enduring involvement* adalah sifat stabil yang mewakili tingkat minat atau gairah individu untuk suatu produk yang digunakan sehari-hari atau dalam skala jangka panjang yang berkelanjutan. Menurut Richins and Bloch (1986) mengemukakan bahwa tingkat keterlibatan jangka Panjang individu dimotivasi oleh sejauh mana produk tersebut berhubungan dengan diri atau kesenangan yang diterima dari produk tersebut.

Situational involvement mencerminkan perasaan sementara dari keterlibatan yang meningkat, yang menyertai situasi tertentu (Houston & Rothschild, 1978). Hubungan *enduring involvement* dan *situational involvement* belum banyak dipelajari, karena pengembangan konseptual tambahan diperlukan sehubungan dengan konsep terakhir. Menurut Rothschild (1984) *situational involvement* dapat dijelaskan dengan menggunakan bagian dari definisi *enduring involvement* yang ditimbulkan oleh stimulus atau situasi tertentu. Aspek-aspek yang terdiri dari *enduring involvement* dan *situational involvement* mungkin kongruen. Namun, konsep *enduring involvement* dan *situational involvement* tidak sama.

Meskipun seseorang mungkin sangat terlibat atau tidak terlalu terlibat dalam aktivitas tertentu dan hal itu dapat diprediksi. Misalnya, pegolf yang rajin,

umumnya menikmati bermain golf bahkan dalam kondisi yang relatif sulit, keadaan tertentu pasti memengaruhi keputusan yang mengarah ke partisipasi dan hasil pengalaman. *Situational involvement* akan bervariasi dari konteks ke konteks. Celsi dan Olson (1988) berpendapat bahwa relevansi pribadi untuk suatu objek atau peristiwa adalah keadaan akut yang hanya terjadi pada waktu tertentu atau dalam situasi tertentu. Bahkan objek atau peristiwa yang sangat penting bagi seorang individu tidak dialami sebagai relevan secara pribadi.

Affective state dianggap sebagai emosi atau perasaan yang diekspresikan dalam wajah, suara, atau isyarat. Menurut Darwin dalam (Odo, Masthoff *et al.*, 2018) menjelaskan bahwa emosi atau perasaan sebagai alat komunikasi untuk bertahan hidup. Ini adalah sifat dari setiap keadaan mental yang bisa menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan beberapa tingkat gairah yang membentuk perbedaan individu dalam parameter reaktivitas emosional. Ini memiliki pengaruh yang kuat didalam bawah sadar tentang bagaimana orang berpikir, berperilaku, dan menangani informasi sosial.

Affective state terdapat 2 arah yang positif atau negatif. *Positive Affective state* yang ditandai dengan perasaan ceria, antusias, energik dan baik. Menurut Darwin dalam (Odo, Masthoff *et al.*, 2018) pengaruh positif layak untuk dikembangkan, tidak hanya sebagai keadaan akhir dalam diri mereka sendiri tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai pertumbuhan psikologis dan peningkatan kesejahteraan dari waktu ke waktu. Orang dengan *positive affective state* tinggi cenderung berorientasi pada tujuan.

Negative affective state adalah faktor umum dari gangguan subjektif atau gangguan emosional. Darwin menyebutkan sejauh mana seseorang merasa kesal atau tidak menyenangkan itu mempengaruhi kecemasan, depresi dan *hyperarousal fisiologis*. *Negative affective state* dapat memberikan kesadaran adaptif dalam situasi sosial dalam beberapa keadaan yang mengancam kelangsungan hidup.

Enduring involvement* berpengaruh positif terhadap *cycling affective state

Enduring involvement adalah sifat stabil yang mewakili tingkat minat atau gairah individu untuk suatu produk yang digunakan sehari-hari atau dalam skala jangka panjang yang berkelanjutan. Menurut Richins

and Bloch (1986) mengemukakan bahwa tingkat keterlibatan jangka Panjang individu dimotivasi oleh sejauh mana produk tersebut berhubungan dengan diri atau kesenangan yang diterima dari produk tersebut. Jenis keterlibatan ini telah didefinisikan oleh Havitz dan Dimanche sebagai keadaan motivasi, gairah atau minat yang tidak dapat diobservasi terhadap aktivitas rekreasi atau produk terkait, yang ditimbulkan oleh stimulus atau situasi tertentu, dan yang memiliki sifat penggerak (Rothschild 1984). *Affective state* dianggap sebagai emosi atau perasaan yang diekspresikan dalam wajah, suara, atau isyarat.

Menurut Darwin dalam (Odo, Masthoff *et al.*, 2018) menjelaskan bahwa emosi atau perasaan sebagai alat komunikasi untuk bertahan hidup. Hal ini didukung penelitian (Shareef, 2012) yang menemukan pengaruh positif *enduring involvement* pada *affective state*. Penelitian lain oleh (Richins *et al.*, 1992) juga menemukan bahwa *enduring involvement* akan mempengaruhi respon emosional konsumen. Berdasarkan penjelasan teori dan hasil penelitian terkait, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: *Enduring involvement* berpengaruh positif terhadap *cycling affective state*

Enduring involvement* berpengaruh positif terhadap *situational involvement

Situational involvement mencerminkan perasaan sementara dari keterlibatan yang meningkat, yang menyertai situasi tertentu (Houston & Rothschild, 1978). Seorang pesepeda akan merasakan situasi atau keadaan yang berbeda-beda. Ketika seorang terlibat menggunakan sepeda, orang tersebut dapat merasakan situasi atau keadaan yang tenang (*relaxe*) atau bahkan pada situasi yang tidak tenang (kecemasan). Dengan kata lain, semakin besar *enduring involvement* yang dimiliki seseorang untuk aktivitas tertentu maka pada umumnya semakin tinggi juga *situational involvement*-nya. Hal ini didukung penelitian (Havitz and Mannell, 2005) yang meneliti karyawan dan menemukan bahwa *enduring involvement* berpengaruh positif pada *situational involvement*. Peneliti lain (Im and Ha, 2011) juga menemukan bahwa *enduring involvement* berpengaruh positif pada *situational involvement* pada belanja baju secara *online*. Berdasarkan penjelasan teori dan hasil penelitian terkait, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: *Enduring involvement* berpengaruh positif terhadap

adap *situational involvement*

Situational involvement* berpengaruh positif terhadap *cycling affective state

Situasi atau kondisi seseorang yang terlibat dengan penggunaan sepeda dapat menciptakan sebuah emosi afektif tertentu. *Situational involvement* mencerminkan perasaan sementara dari keterlibatan yang meningkat, yang menyertai situasi tertentu (Houston & Rothschild, 1978). Jika seorang yang terlibat memiliki situasi positif terhadap bersepeda maka seorang tersebut memiliki emosi atau perasaan yang positif terhadap penggunaan sepeda. Dengan kata lain, semakin besar *situational involvement* untuk aktivitas tertentu maka pada umumnya semakin tinggi juga *affective state* yang dialami (Havitz and Mannell, 2005). Havitz and Mannell (2005) juga meneliti karyawan dan menemukan bahwa *situational involvement* berpengaruh positif terhadap *affective state*. Berdasarkan penjelasan teori dan hasil penelitian terkait, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: *Situational involvement* berpengaruh positif terhadap *cycling affective state*

Situational involvement* memediasi pengaruh *enduring involvement* pada *cycling affective state

Ketika seseorang terlibat menggunakan sepeda secara jangka panjang pada situasi atau keadaan yang *enjoy* karena melakukan kegiatan tersebut, maka memunculkan emosional atau suasana hati yang bahagia. Jadi keterlibatan secara jangka panjang atau abadi dengan situasi atau keadaan yang positif maka, dapat memunculkan suasana emosi yang positif juga. Sebaliknya, situasi atau keadaan yang negatif dapat memunculkan suasana emosi yang negatif juga (Havitz and Mannell, 2005). Havitz and Mannell (2005) juga meneliti karyawan dan menemukan bahwa *situational involvement* memediasi pengaruh *enduring involvement* pada *cycling affective state*. Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian tersebut maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H4: *Situational involvement* memediasi pengaruh *enduring involvement* pada *cycling affective state*

HASIL PENELITIAN

Data responden diambil dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dengan Skala *Likert*. Terdapat sebanyak 146 responden yang ada di Provinsi DIY

yang senang menggunakan sepeda. Data demografi responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, status pernikahan, pendidikan, pendapatan, jenis sepeda yang dimiliki dan frekuensi bersepeda.

Jenis Kelamin responden laki-laki sebesar 55,5% atau 81 dan perempuan sebesar 44,5% atau 65. Usia Responden rata-rata berusia 15-26 tahun sebesar 107 responden. Pekerjaan Responden rata-rata berstatus sebagai mahasiswa dengan persentase 44,5% atau 65. Status Responden rata-rata Tidak Menikah sebanyak 113 dengan persentase 77,4%. Pendidikan

terakhir rata-rata adalah Sarjana sejumlah 44,5% atau 65. Pendapatan responden rata-rata <Rp 1.500.000/bulan dengan persentase 32,9% atau 48. Jenis sepeda yang dimiliki responden rata-rata adalah sepeda jalan (RB) sebanyak 47,9% atau 70. Dan frekuensi bersepeda cenderung tidak tentu yang memiliki jumlah 60 responden atau 41,1%. Uji validitas pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis faktor dalam program AMOS (Standardized Regression Weight). Uji validitas dinyatakan valid jika angka faktor loading > 0,5.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas *Enduring Involvement*

Kode	Pertanyaan	Factor Loading	Status
EI1	Saya selalu menekankan pentingnya bersepeda	0.738	Valid
EI2	Saya sulit menggantikan bersepeda dengan kegiatan lain	0.692	Valid
EI3	Bersepeda seperti memberi hadiah untuk diri saya sendiri	0.850	Valid
EI4	Saya selalu senang menceritakan bersepeda pada orang lain	0.805	Valid
EI5	Saya terganggu kalau ada orang yang menunjukkan bahwa bersepeda adalah kegiatan yang tidak ada gunanya	<0.5	Tidak Valid
EI6	Saya sangat menyukai bersepeda	0.816	Valid
EI7	Bersepeda tidak pernah membuat saya merasa terabaikan	0.836	Valid
EI8	Bersepeda adalah kegiatan yang sangat menarik bagi saya	0.826	Valid
EI9	Bersepeda benar-benar menceritakan diri saya yang sebenarnya	0.840	Valid
EI10	Saat bersepeda, saya yakin bahwa saya memilih kegiatan yang benar	0.813	Valid
EI11	Bersepeda menyenangkan bagi saya	0.664	Valid
EI12	Saat memilih dari berbagai alternatif kegiatan lain, saya selalu yakin bahwa bersepeda adalah pilihan yang tepat	0.846	Valid

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel *Situational Involvement*

Kode	Pertanyaan	Factor loading	Status
SI1	Bersepeda adalah kegiatan yang selalu menarik bagi saya	0.862	Valid
SI2	Saya selalu menyukai aktivitas bersepeda	0.915	Valid
SI3	Saya percaya diri dengan kegiatan bersepeda yang saya lakukan saat ini	0.875	Valid
SI4	Bersepeda menunjukkan tipe diri saya yang sesungguhnya	0.875	Valid

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel *Cycling Affective State*

Kode	Pertanyaan	Factor loading	Status
CAS1	Saat bersepeda, saya biasanya tidak mempedulikan hal-hal lain	0.825	Valid
CAS2	Saya selalu menyukai aktivitas bersepeda	0.833	Valid
CAS3	Saya percaya diri dengan kegiatan bersepeda yang saya lakukan saat ini	0.818	Valid

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah indikator mampu mencerminkan konstruk suatu variabel. Sebuah variabel dapat dikatakan reliabel jika bernilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

Statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Tabel 5 memperlihatkan nilai *mean*, standar

deviasi, dan korelasi antara variabel.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *SEM two step* dengan program aplikasi AMOS. Untuk pengujian dengan SEM, pertama dituntut adanya fit model dengan mayoritas hasil adalah baik dan moderat.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Status
1	Variabel <i>Enduring Involvement</i>	0.937	Reliabel
2	Variabel <i>Situational Involvement</i>	0.897	Reliabel
3	Variabel <i>Cycling Affective State</i>	0.847	Reliabel

Tabel 5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Std. Deviation	<i>Enduring Involvement</i>	<i>Situational Involvement</i>	<i>Cycling Affective State</i>
<i>Enduring Involvement</i>	3,233	0,548	1		
<i>Situational Involvement</i>	3,289	0,588	.889**	1	
<i>Cycling Affective State</i>	3,474	0,942	.552**	.444**	1

Tabel 6
Hasil Uji Fit

Goodness-of fit Indexes	Criteria	MODEL FIT	
		Calculated result	Model Evaluation
Chi Square	<i>Small, not significant</i>	269**	Kurang baik
CMIN/DF	1-2 over fit, 2-5 liberal limit	2,28	Baik
GFI	> 0,9	0,827	Moderat
AGFI	> 0,8	0,750	Moderat
TLI	> 0,9	0,915	Baik
CFI	> 0,9	0,935	Baik
RMSEA	< 0,1	0,096	Baik

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis

No	Isi Hipotesis	Estimate	P-value	Hipotesis
H1	<i>Enduring involvement</i> berpengaruh positif terhadap <i>cycling affective state</i>	1,337	0.0001	Diterima
H2	<i>Enduring involvement</i> berpengaruh positif terhadap <i>Situational involvement</i>	0,837	0.0001	Diterima
H3	<i>Situational involvement</i> berpengaruh positif terhadap <i>cycling affective state</i>	-0,583	0,144	Ditolak

Variabel mediasi dapat menjadi pemediasi hubungan variabel independen dan dependen apabila *Standard-*

ized Indirect Effect > Standardized Direct Effect. Pengujian mediasi menggunakan program AMOS.

Tabel 8
Hasil Uji Mediasi

Hipotesis	<i>Standardized Indirect Effect</i>	<i>Standardized Direct Effect</i>	Keterangan
<i>Situational involvement</i> memediasi pengaruh <i>enduring involvement</i> pada <i>cycling affective state</i>	-0,28	0,768	Mediasi tidak didukung karena nilai <i>Standardized Indirect Effect</i> < <i>Standardized Direct Effect</i> (-0,28 < 0,768)

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *enduring involvement* berpengaruh positif terhadap *cycling affective state* ($\beta = 1,337$; $P < 0.05$). Berdasarkan hasil analisis ini mendukung hipotesis pertama peneliti. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *enduring involvement* berpengaruh positif terhadap *situational involvement* ($\beta = 0,837$; $P < 0.05$). Hasil analisis ini mendukung hipotesis kedua peneliti. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *situational involvement* tidak berpengaruh positif terhadap *cycling affective state* ($\beta = -0,583$; $P > 0.05$). Hasil analisis ini tidak mendukung hipotesis ketiga peneliti.

Untuk hipotesis keempat dengan adanya mediasi menunjukkan bahwa *situational involvement* memediasi pengaruh *enduring involvement* pada *cycling affective state* adalah tidak berpengaruh. Hal ini berdasarkan perbandingan hasil dari *Standardized Indirect Effect* < *Standardized Direct Effect* dengan nilai (-0,28 < 0,768) menunjukkan bahwa hubungan mediasi tidak didukung. Hasil analisis ini tidak mendukung hipotesis keempat peneliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh *enduring involvement* terhadap *cycling affective state*

Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini mendukung adanya pengaruh *enduring involvement* terhadap *Cycling affective state*. *Enduring involvement* adalah keterlibatan seseorang dengan kegiatan dalam jangka waktu yang lama, hal ini terkait dengan emosi afektif seseorang. Seseorang yang terlibat secara jangka panjang akan menghasilkan emosi afektif yang baik, jadi semakin tinggi keterlibatan jangka panjang seseorang maka semakin tinggi juga emosi afektif yang dirasakan.

Pengaruh *enduring involvement* terhadap *situational involvement*

Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini mendukung adanya pengaruh *enduring involvement* terhadap *situational involvement*. Hal ini dikarenakan ketika seorang terlibat secara jangka panjang akan

menghasilkan situasi tertentu misalnya menyukai aktivitas tersebut. Dengan kata lain, semakin besar *enduring involvement* yang dimiliki seseorang untuk aktivitas tertentu maka pada umumnya semakin tinggi juga *situational involvement*-nya.

Pengaruh *situational involvement* terhadap *cycling affective state*

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini tidak mendukung adanya pengaruh *situational involvement* terhadap *cycling affective state*. Hal ini dikarenakan ketika seseorang merasakan situasi saat bersepeda maka akan mengabaikan emosi afektif dari kegiatan bersepeda. Dengan kata lain, seseorang yang hobi bersepeda akan fokus terhadap kegiatannya dan merasakan kebahagiaan tersendiri bukan karena pada situasi tertentu.

Pengaruh *enduring involvement* pada *cycling affective state* dengan *situational involvement* sebagai pemediasi

Hasil pengujian hipotesis terakhir menunjukkan tidak mendukung adanya mediasi antara *enduring involvement* pada *cycling affective state*. Dalam hal ini sangat jelas *situational involvement* atau mediasi tidak berpengaruh pada hubungan *enduring involvement* pada *cycling affective state* dikarenakan seseorang yang terlibat bersepeda dalam jangka waktu yang lama akan menghasilkan emosi afektif yang baik tanpa memperdulikan situasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Enduring involvement berpengaruh positif terhadap *cycling affective* pada Pesepeda di Provinsi DIY. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan seseorang bersepeda (*enduring involvement*) maka semakin tinggi pula emosi afektif (*cycling affective state*) yang dirasakan pesepeda. *Enduring involvement* berpengaruh positif terhadap *situational involvement* pada Pesepeda di Provinsi DIY. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan seseorang secara jangka panjang akan menghasilkan situasi tertentu misalnya menyukai aktivitas tersebut. *Situational involvement* tidak berpengaruh terhadap *cycling affective state* pada Pesepeda di Provinsi DIY. Hal ini menunjukkan bahwa

situational involvement bukan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi emosi afektif yang dirasakan. *Situational involvement* sebagai pemediasi tidak berpengaruh terhadap *enduring involvement* pada *cycling affective state*. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang terlibat bersepeda secara jangka panjang akan merasakan emosi afektif yang baik tanpa memperhatikan situasi tertentu.

Saran

Bagi para peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah sampel penelitian. Dengan menambah sampel pada penelitian diharapkan peneliti mendapatkan hasil yang lebih akurat karena semakin besar jumlah sampel yang mendekati populasi semakin kecil peluang kesalahan. Diharapkan dapat menambah pernyataan klasifikasi, sehingga kriteria responden mampu lebih spesifik. Diharapkan dapat menambah variabel-variabel yang belum ada di penelitian ini. Contohnya seperti variabel *Customer Loyalty*. Loyalitas konsumen (*Customer Loyalty*) yaitu wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa dengan terus menerus atau dalam jangka waktu yang lama, karena konsumen cenderung memiliki kepuasan yang tinggi terhadap produk dan jasa yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron and Kenny's Method for Mediation." 2017. Statistics Solutions. August 30, 2017. <https://www.statisticssolutions.com/baron-and-kenny-method-for-mediation/>.
- Baron, R. M., and D. A. Kenny. 1986. "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations." 51: 1173-82.
- Bloch, Peter H. 1981. "an exploration into the scaling of consumers' involvement with a product class," 6.
- Booming Di Seluruh Dunia Karena Corona, Ini Tren Penjualan Sepeda Saat Ini Halaman All - Kompas.Com." n.d. Accessed February

- 25, 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/27/154500965/booming-di-seluruh-dunia-karena-corona-ini-tren-penjualan-sepeda-saat-ini?page=all>.
- Burton, Scot, and Richard G. Netemeyer. 1992. "The Effect of Enduring, Situational, and Response Involvement on Preference Stability in the Context of Voting Behavior." *Psychology & Marketing* 9 (2): 143–56. <https://doi.org/10.1002/mar.4220090205>.
- Celsi, Richard L., and Jerry C. Olson. 1988. "The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes." *Journal of Consumer Research* 15 (2): 210. <https://doi.org/10.1086/209158>.
- Cimen, Gokcen, Hacer Ilhan, Tolga Capin, and Hasmet Gurcay. 2013. "Classification of Human Motion Based on Affective State Descriptors: Classification of Human Motion Based on Affective State Descriptors." *Computer Animation and Virtual Worlds* 24 (3–4): 355–63. <https://doi.org/10.1002/cav.1509>.
- Clark, Brent. 2016. "What Is Meant by 'Affective States' in a Decision Making Experiment?" 2016. <https://www.researchgate.net/topic/Affective-Learning>.
- Freedman, J. 1964. "Involvement, Discrepancy and Change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 69, 290-295."
- Furchan, Arief, and Donald Ary. 2004. "Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan." <http://thesis.umsu.ac.id/index.php?opo=bibliography&id=124>.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2015. *Partial Least Square. Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Havitz, Mark E., and Frédéric Dimanche. 1997. "Leisure Involvement Revisited: Conceptual Conundrums and Measurement Advances." *Journal of Leisure Research* 29 (3): 245–78. <https://doi.org/10.1080/00222216.1997.11949796>.
- Havitz, Mark E., and Dennis R. Howard. n.d. "How Enduring Is Enduring Involvement? A Seasonal Examination of Three Recreational Activities."
- Havitz, Mark E., and Roger C. Mannell. 2005. "Enduring Involvement, Situational Involvement, and Flow in Leisure and Non-Leisure Activities." *Journal of Leisure Research* 37 (2): 152–77. <https://doi.org/10.1080/00222216.2005.11950048>.
- Hess, Ursula, Rainer Banse, and Arvid Kappas. 1995. "The Intensity of Facial Expression Is Determined by Underlying Affective State and Social Situation." *Journal of Personality and Social Psychology* 69 (2): 280–88. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.2.280>.
- Houston, MJ, and ML Rothschild. 1978. "Involvement Perspectives."
- Hull, R. Bruce, Sean E. Michael, Gordon J. Walker, and Joseph W. Roggenbuck. 1996. "Ebb and Flow of Brief Leisure Experiences." *Leisure Sciences* 18 (4): 299–314. <https://doi.org/10.1080/01490409609513290>.
- Hupfer, Nancy T., and David M. Gardner. 1971. "Differential Involvement With Products and Issues: An Exploratory Study." *ACR Special Volumes SV-01*. <https://www.acrwebsite.org/volumes/11965/volumes/sv01/SV-01/full>.
- Im, Hyunjoo, and Young Ha. 2011. "The Effect of Perceptual Fluency and Enduring Involvement on Situational Involvement in an Online Apparel Shopping Context." *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 15 (3): 345–62. <https://doi.org/10.1108/13612021111151932>.
- Kapferer, Jean-Noel, and Gilles Laurent. 1985. "Consumers' Involvement Profile: New Empirical Results." *ACR North American Advances NA-12*. <https://www.acrwebsite.org/volumes/6402/volumes/v12/NA-12/full>.
- Kassarjian, Harold H. 1981. "LOW INVOLVEMENT: A SECOND LOOK." *ACR North American*

- Advances* NA-08. <https://www.acrwebsite.org/volumes/9254/volumes/v08/NA-08/full>.
- Khan, Farman Ali, Sabine Graf, Edgar R. Weippl, and A Min Tjoa. 2009. "An Approach for Identifying Affective States through Behavioral Patterns in Web-Based Learning Management Systems." In *Proceedings of the 11th International Conference on Information Integration and Web-Based Applications & Services - IiWAS '09*, 431. Kuala Lumpur, Malaysia: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/1806338.1806418>.
- Kort, Barry, Rob Reilly, and Rosalind W Picard. n.d. "External Representation of Learning Process and Domain Knowledge: Affective State as a Determinate of Its Structure and Function," 6.
- Laaksonen, P. 1994. "Consumer Involvement: Concepts and Research. London, UK: Routledge."
- Lastovicka, J.L, and D. M Gardner. 1979. "Components of Involvement. In: Maloney, J.C., Silverman, B. (Eds.), *Attitude Research Plays for High Stakes*, American Marketing Association Proceedings, Pp. 53-73."
- Margono, S. 2004. *Margono Metodologi Penelitian Pendidikan*. <http://heavylasopa996.weebly.com/1/post/2019/01/buku-margono-metodologi-penelitian-pendidikan-pdf.html>.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Melacak Tren Perburuan Sepeda." 2020. Tuter Visual. August 21, 2020. <https://interaktif.kompas.id/baca/melacak-tren-perburuan-sepeda/>.
- Michaelidou, Nina, and Sally Dibb. 2008. "Consumer Involvement: A New Perspective." *The Marketing Review* 8 (1): 83–99. <https://doi.org/10.1362/146934708X290403>.
- Mittal, B. 1989. Measuring Purchase-Decision Involvement. *Psychology and Marketing* 6 (2), 147- 162.
- Mittal, B. 1995. A Comparative Analysis of Four Scales of Consumer Involvement. *Psychology and Marketing* 12 (7), 663-682.
- Mittal, B, and M.S Lee. 1987. "Separating Brand-Choice Involvement from Product Involvement via Consumer Involvement Profiles. In: Houston, M.J. (Ed.), *Advances in Consumer Research* 15, Provo UT: Association for Consumer Research, Pp.43-49."
- Mittal, B, and M.S Lee. 1987. 1989. "A Causal Model of Consumer Involvement. *Journal of Economic Psychology* 10, 363-389."
- Nash, Jonathan D., and Andrew Newberg. 2013. "Toward a Unifying Taxonomy and Definition for Meditation." *Frontiers in Psychology* 4. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00806>.
- Odo, Chinasa, Judith Masthoff, Nigel Beacham, and Manal Alhathli. 2018. "Affective State for Learning Activities Selection," 11.
- O'Keefe, D.J. 1990. "Social Judgement Theory. In *Persuasion: Theory and Research*. Newbury Park, CA: Sage."
- Pritchard, M.P, and W. A Brunson. 2001. "Understanding Spectator Involvement: How Do Enduring and Situational Involvement Stimulate Involvement Response? In, Abstracts, 16th Annual Conference North American Society for Sport Management, (Pp. 67-68). Virginia Beach, VA."
- Richins, Marsha L., Peter H. Bloch, and Edward F. McQuarrie. 1986. "How Enduring and Situational Involvement Combine to Create Involvement Responses." *Journal of Consumer Psychology* 1 (2): 143–53. [https://doi.org/10.1016/S1057-7408\(08\)80054-X](https://doi.org/10.1016/S1057-7408(08)80054-X).
- Rothschild, Michael L. 1984. "Perspectives on involvement: current problems and future directions," 3.
- Russell, James. 1980. "A Circumplex Model of Affect." *Journal of Personality and Social Psychology* 39 (December): 1161–78. <https://doi.org/10.1037/h0077714>.

Shareef, Aamer. 2012. "Situational and enduring involvement: impact on relationship marketing tactics" 4 (1): 8.

Sherif, C. W., and M. Sherif. 1967. "Attitude, Ego-Involvement, and Change." Undefined. 1967. /paper/Attitude%2C-ego-involvement%2C-and-change-Sherif-Sherif/a570349dc96ec925ac5e06e7302c7b-088cb4901b.

Sherif, CW, M Kelly, HL Rogers, G Sarup, and BI Tittler. 1973. "Personal Involvement, Social Judgement, and Action." 27: 311–28.

Sherif, CW, M Sherif, and RE Nebergall. 1965. "The Social Judgment-Involvement Approach. Philadelphia: W. B. Saunders, 1965.," 1.

Sherif, Muzafer, and S. Stansfeld Sargent. 1947. "Ego-Involvement and the Mass Media." *Journal of Social Issues* 3 (3): 8–16. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1947.tb02208.x>.

Stone, Robert N. 1984. "The Marketing Characteristics of Involvement." *ACR North American Advances* NA-11. <https://www.acrwebsite.org/volumes/6244/volumes/v11/NA-11/full>.

Van Der Mey, Alexander., Frank. Smit, Kees-Jan. Droog, and Arnoud. Visser. 2010. "Emotion Expression of an Affective State Space; a Humanoid Robot Displaying a Dynamic Emotional State during a Soccer Game."

"What Is Affective State | IGI Global." n.d. Accessed October 23, 2020. <https://www.igi-global.com/dictionary/affective-state/42305>.