

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN *ONLINE*
PRODUK *FASHION* PADA SHOPEE**



OLEH :

ADELLA FEBIANA HERLAMBANG (1211800222)

**PRODI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
TAHUN 2021/2022**

ABSTRAK

Perilaku konsumen adalah bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide, atau pengalaman untuk memutuskan kebutuhan dan keinginan mereka. Seiring berjalannya teknologi, kemajuan berbisnis melalui internet pun semakin berkembang. Masyarakat di masa pandemic, banyak yang melakukan pembelian/ transaksi lainnya menggunakan online. Selain praktis, harga yang ditawarkan relative murah atau sama dengan toko konvensional. Salah satu toko online yang banyak digemari masyarakat yaitu Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian online produk fashion pada Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kajian teori yang diperoleh dari jurnal, maupun situs website. Kuisisioner dengan skala likert disebarakan secara online dan menggunakan analisis deskripsi.

Kata kunci : keputusan pembelian, perilaku konsumen, pembelanjaan online, Shopee Indonesia

Pendahuluan

Dewasa ini perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang semakin cepat dan semakin canggih. Penyebaran informasi di internet semakin cepat dan mudah. Perubahan pesat teknologi ke arah kemajuan globalisasi bisa berdampak ke hampir semua aspek kehidupan. Di era ini semuanya menjadi sangat bergantung pada kecanggihan teknologi yang mampu menciptakan kemudahan dan efisiensi, misalnya berbelanja online. Tentunya dengan semakin baik teknologi website, turut berkembang pula konsep tentang suatu website [1]. Banyak penjual dan pembeli melakukan transaksinya hampir di internet. Banyaknya pelaku belanja online ini didukung dengan hadirnya beberapa aplikasi atau platform di smartphone. Salah satu toko online yang hadir di Indonesia adalah Shopee.

Shopee merupakan perusahaan e-commerce terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Aplikasi belanja online ini lebih berfokus diplatform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja dan berjualan langsung lewat ponselnya saja. Shopee juga mengung konsep C2C (Customer to Customer), jadi konsumen dapat menjual barang jualannya kepada konsumen lain dengan perantara aplikasi ini [2]. Shopee adalah sebuah pasar elektronik yang

menyediakan berbagai kebutuhan konsumennya, dan menawarkan pengalaman belanja online yang mudah, aman dan juga fleksibel untuk pelanggan melalui system Pembayaran dan dukungan system logistic. Shopee banyak membuat promo – promo yang dapat menarik pelanggan, misalnya promo gratis ongkir seluruh wilayah. Shopee membuat website yang menarik sehingga banyak konsumen yang tidak bosan. Shopee juga mempunyai iklan yang relevan, ketika konsumen membuka sebuah tautan, akan muncul tautan iklan website Shopee. Hal – hal tersebut mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada Shopee.

Perilaku konsumen adalah sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan tempat manusia melakukan pertukaran aspek – aspek kehidupan. Factor – factor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah budaya, social, pribadi dan psikologis. Factor budaya terdiri atas budaya, subbudaya, dan kelas social. Factor social terdiri atas kelompok referensi, keluarga, peran, dan status. Factor pribadi terdiri atas usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, gaya hidup. Factor psikologis terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori[3]. Factor tersebut merupakan dasar penentu seseorang membeli sebuah produk. Namun masyarakat cenderung mendapatkan kepuasan sendiri ketika bisa melihat dan mencoba produk yang akan dibeli secara langsung sehingga mereka tidak membuang waktu, tenaga dan pikiran terhadap produk yang akan mereka beli. Pembelanjaan secara online biasanya dilakukan atas rasa percaya diri, karena konsumen tidak dapat melihat dan mencoba produk secara langsung.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kajian teori yang diperoleh dari jurnal, maupun situs website. Kuisisioner dengan skala likert disebarakan secara online dan menggunakan analisis deskriptif.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, didapatkan bahwa perilaku konsumen yang dilakukan oleh Shopee secara keseluruhan termasuk pada kategori baik di mata konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai presentase sebesar 17.869 dan menghasilkan nilai presentase sebesar 71,40%. Dengan hasil ini, peneliti berpendapat bahwa perilaku konsumen pada Shopee sudah

berjalan baik karena sudah sesuai dengan factor – factor yang ada didalam perilaku itu sendiri, yaitu factor budaya, social, pribadi dan psikologis. Hal tersebut membuktikan bahwa konsumen sudah percaya kepada Shopee sebagai perusahaan yang memberikan dampak terhadap perilaku konsumen terhadap pembelian online produk Fashion, serta memberikan dampak efisien dan lebih mudah dalam berbelanja online

kesimpulan

perilaku konsumen terhadap Shopee sudah sangat baik. Para pembeli sudah memahami tentang pembelanjaan secara online pada zaman teknologi informasi. Para pembeli percaya pada Shopee sebagai perusahaan yang memberikan kemudahan dalam berbelanja online, serta sudah memberikan dampak terhadap perilaku konsumennya untuk berbelanja dengan mudah, hemat dan efisien. Para pembeli merasa Shopee mampu menunjukkan kualitas baik dari sebuah online shopping, yaitu produk yang ditawarkan Shopee dibeli oleh pembeli yang sesuai dengan pendapatan yang dimiliki para pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Supangat, “PENGUNAAN WEBQUAL UNTUK PENENTUAN TINGKAT KEBERGUNAAN PADA WEBSITE (STUDI KASUS PADA TEKNIK SIPIL UNTAG SURABAYA),” *KONVERGENSI*, vol. 11, no. 01, 2016, doi: 10.30996/konv.v12i2.1315.
- [2] U. S. Utara, “Universitas Sumatera Utara 4,” pp. 4–16, 2003.
- [3] Asna, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada Mahasiswa Se-Malang Raya,” *J. Ekon. Mod.*, vol. 6, no. 2, pp. 130–139, 2010.

PLAGIARISM SCAN REPORT

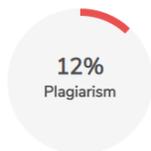
Report Generation Date: April 26, 2021

Excluded URL: Not Given.

Words: 697

Characters: 5464

SHARE



Content Checked For Plagiarism:

Perilaku konsumen adalah bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide, atau pengalaman untuk memutuskan kebutuhan dan keinginan mereka. Seiring berjalannya teknologi, kemajuan berbisnis melalui internet pun semakin berkembang. Masyarakat di masa pandemi banyak yang melakukan pembelian/ transaksi melalui menggunakan online. Selain produk, harga yang ditawarkan relative murah atau sama dengan toko konvensional. Salah satu toko online yang banyak digemari masyarakat yaitu Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian online produk fashion pada Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kajian teori yang diperoleh dari jurnal, maupun situs website. Kuisioner dengan skala likert disebarikan secara online dan dianalisis

55%

2.00