



**PERSEPSI PELANGGAN *ONLINE SHOP*
DI JEMBER**

*THE CUSTOMER PERCEPTION OF ONLINE SHOP
IN JEMBER CITY*

SKRIPSI

Oleh :

Nuril Hafidzah

NIM.110810201320

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTASEKONOMI

2014



PERSEPSI PELANGGAN *ONLINE SHOP*
DI JEMBER

*THE CUSTOMER PERCEPTION OF ONLINE SHOP
IN JEMBER CITY*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Nuril Hafidzah

NIM.110810201320

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuril Hafidzah

NIM : 110810201320

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul skripsi : Persepsi Pelanggan *Online Shop* di Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, September 2014

Yang menyatakan,

Nuril Hafidzah

NIM. 110810201320

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Persepsi Pelanggan *Online Shop* di Jember
Nama Mahasiswa : Nuril Hafidzah
NIM : 110810201320
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 10 September 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si
NIP 19730908 200003 2 001

Ana Mufidah SE., M.M
NIP 198002012000501200

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 19620802 199002 1 001

PENGESAHAN

PERSEPSI PELANGGAN *ONLINE SHOP* DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Nuril Hafidzah**

NIM : **110810201320**

Program Studi : **S1**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

10 SEPTEMBER 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. **Ketua** : **Prof. Dr.Raden Andi Sularso MSM.** : (.....)

196004131986031002

2. **Sekretaris** : **Drs.Abdul Halim M.Si** : (.....)

195012211978011001

3. **Anggota** : **Dra.Susanti Prasetyaningtyas M.Si** : (.....)

196609181992032002

Foto 4 X 6
warna

Mengetahui/Menyetujui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1) Ibuku, mas hafid dan mbak amalia, my beloved saiful amin dan keluargaku yang penuh kasih sayang.
- 2) Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dr. Deasy Wulandari,SE,M.Si dan ibu Ana Mufidah, SE, M.M terima kasih atas bimbingannya
- 3) Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan membimbing selama masa
- 4) Teman-teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
- 5) Teman-teman Alumni Politeknik Negeri Malang angkatan 2007, Jurusan Administrasi Niaga.
- 6) Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

“ Memaknai Positif Setiap Kegagalan Karena Ada Pembelajaran
Paling Penting Untuk Bertambah Dewasa “

(Mario Teguh)

Saya Tidak Mau Pengalaman, Dan Pengetahuan Yang Saya
Miliki Terkubur Bersama Tubuh Saya Ketika Mati Kelak

(Bob Sadino)

Bekerja Keras, Berpikir Cerdas, Berhati Ikhlas

RINGKASAN

Persepsi Pelanggan *Online Shop* Di Jember; Nuril Hafidzah; 110810201320; 2014; 108 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan internet yang semakin meningkat. Adanya internet membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan kegiatan bisnis melalui media elektronik yang diprediksi akan menjadi model bisnis besar di masa depan yang bisa disebut juga dengan bisnis *online*. Fasilitas dalam internet banyak dimanfaatkan untuk berbelanja barang-atau jasa yang mereka butuhkan, hal ini lebih dikenal sebagai *online shop*. Setiap layanan penjual *online shop* yang diberikan kepada pelanggan akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap produk yang telah ditawarkan pada dunia internet. Pelanggan yang berpersepsi positif berarti pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang, percaya dan puas terhadap produk *online shop*, sedangkan persepsi negatif berupa rasa tidak percaya pelanggan terhadap produk *online* yang dibeli karena ketidaksesuaian dengan informasi yang ditawarkan pada media sosial, serta ketidaktepatan waktu dalam pengiriman barang yang dibeli. Sehingga diketahui persepsi pelanggan *online shop* di Jember

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini, dimaksudkan untuk menggambarkan tentang persepsi pelanggan *online shop* di Jember yang saat ini sudah menjadi *life style* dalam kehidupan sehari-hari. Data primer dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan *online shop* di Jember, dengan teknik wawancara pada beberapa informan yang terpilih. Data sekunder dalam penelitian ini adalah gambaran umum *online shop* serta fenomena bisnis *online* di Jember, dan data tentang media sosial atau website *online shop* yang sering dikunjungi. Teknik pengumpulan data penelitian ini, menggunakan wawancara mendalam (*in-dept interview*), dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini, menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria masyarakat Jember usia minimal 17 tahun keatas yang memahami dunia internet dan mengerti cara melakukan belanja *online*, dan pernah melakukan belanja *online* secara aktif minimal tiga kali. Jumlah informan yang dalam penelitian ini adalah sebelas informan yang mempunyai profesi atau jabatan yang berbeda-beda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari peneliti, diperoleh persepsi positif, dibuktikan dengan 81% dari 11 informan puas dan percaya terhadap layanan *online shop*, dan 19 % pernah merasa kecewa terhadap layanan *online shop*. Namun, persepsi positif ini tidak lantas mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian secara *online*. Hal ini disebabkan karena pada umumnya barang-barang dibutuhkan masih bisa dipenuhi secara nyata serta terdapat kekhawatiran pelanggan, barang berkualitas, harga murah belum tentu sesuai yang dijanjikan setelah barang diterima sehingga lebih memilih berbelanja secara nyata.

SUMMARY

The Customer Perception of *Online Shop* In Jember City; Nuril Hafidzah; 110810201320; 2014; 108 pages; Departement Of Management, Faculty Of Economics, University Of Jember

This research is motivated by the growth of the Internet. The existence of the internet give opportunities for businesses to develop through electronic media which is predicted as a major business model in the future called an online business. Facilities in the Internet is widely used to shop goods or services ,better known as an online shop. Customers who react positively mean that customers will probably reshopper again, because of trust and satisfaction of the online shop. But also Negative reaction may exist witch is due by incompatibility of information offered in the social media, as well as inaccuracies in the delivery time of goods purchased.

We are using here a descriptive qualitative research method. This study describes the perception of online customers shopper in Jember. City which is nowadays became daily lifestyle. The primary data is the perception of online customers shopper in Jember, by interviewing the informants chosen. Secondary is an overview of the online shop as well as online business phenomenon in Jember, and data on social media or websites frequently visited by online shopper. The technique of data selection is by using in-depth interviews (in-dept interview), and documentation. To Determinate the informants, we are using purposive sampling method, with public criteria is at least 17 years which already understands Internet, how to do online shopping, and especially have been doing online shopping at least three times. The number of informants are eleven. The data analysis techniques used is data collection, data reduction, data display and conclusion

The results are 81% of the 11 informants are satisfied and reliant in online shop services, but 19% are actually. However, this positive perception does not necessarily affect the customer to make purchases online. Because generally, the quality of the product still disappointing, low price is not necessarily as promised after the item received. That's why many costumers still choose real department store to shop their daily needs

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik dan inayah-Nya, sehingga penyusunan Skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat Jember Terhadap *Online Shop*” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan Skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Selama penyusunan Skripsi ini telah banyak mendapatkan bimbingan, pengarahan, petunjuk, dan saran serta fasilitas yang membantu hingga terselesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Strata 1 Studi Manajemen.
3. Bapak M. Dimiyati, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Strata 1 Studi Manajemen
4. Dr.Deasy Wulandari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 (satu) dan Ana Mufidah. SE., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 (dua), yang telah banyak membantu mengarahkan dan membimbing dengan penuh keikhlasan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Prof.Dr.Raden Andi Sularso, MSM selaku ketua penguji, Drs. Abdul Halim, M.Si, selaku sekretaris penguji dan Dra Susanti Prasetyaningtyas, M.Si selaku anggota penguji yang telah memberikan saran pada kesempurnaan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi atas perhatian dan ilmu yang telah diberikan dengan penuh kesabaran.
7. Ibuku, Titik Sulistyowati yang telah memberikan doa dan semangat.
8. Kakaku Hafid, Mbak Amalia, Aqila, Habibie telah memberikan do'a
9. Seluruh teman-temanku S1 Manajemen, penuh semangat dan canda tawa.

10. Sahabat-sahabatku Faikh, Etha, Danti, Puji, Aina, Abes, Ovi, Helen, Ima, Jouris, Fibri, Nova, Dewi, Rahman, Yeka, Misrali, dll terimakasih atas bantuan, penuh semangat dan canda tawa.
11. Sahabatku Politeknik Negeri Malang, Menis, Titi, Ninin, Devani, Nila, King, penuh ceria.
12. Kesumba *Crew* Malang
13. Sahabatku SMA Taruna Dra.Zulaeha, terima kasih doa dan semangatnya.
14. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
15. Almamaterku yang tercinta dan kubanggakan, Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis hanya dapat memohon kahadirat Allah SWT dengan memenjatkan do'a kepada-Nya semoga selalu melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua, Aamiin. Akhir penutup penulis mengharapkan kritik yang membangun dan saran guna tersempurnanya karya ini sehingga bermanfaat bagi peneliti dan semua kalangan yang membutuhkan.

Jember, 10 September2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Pengertian Bisnis <i>Online</i>	7
2.1.2 Ruang Lingkup Bisnis <i>Online</i>	7
2.1.3 Keuntungan Bisnis <i>Online</i>	8
2.1.4 Pengertian <i>Online Shop</i>	11
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.6 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	16
2.1.7 Persepsi	18

2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4 Informan Penelitian	30
3.5 Situasi Sosial	31
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.7 Peran Peneliti	33
3.8 Isu Etika	33
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Fenomena Bisnis <i>Online</i> di Jember	36
4.2 Proses Pengumpulan dan Analisis Data	37
4.3 Pembahasan.....	51
4.3.1 Uraian Hasil Wawancara	51
4.3.2 Pengetahuan Masyarakat Jember Terhadap <i>Online Shop</i>	74
4.3.3 Urgensi Persepsi Masyarakat Jember Terhadap <i>Online Shop</i>	75
4.3.4 Hasil Perbandingan Antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	76
4.3.5 Pandangan Peneliti Tentang Persepsi Masyarakat Jember Terhadap <i>Online Shop</i>	77
4.4 Keterbatasan Penelitian	78
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	23
4.1 Daftar Informan Masyarakat Jember Berdasarkan Usia	39
4.2 Distribusi Frekuensi Informan Masyarakat Jember Berdasarkan Usia	40
4.3 Daftar Informan Masyarakat Jember Berdasarkan Pekerjaan	40
4.4 Distribusi Frekuensi Informan Masyarakat Jember Berdasarkan Pekerjaan...	41
4.5 Tabel Rangkuman Mengenai Kepuasan Informan Terhadap <i>Online Shop</i>	42
4.6 Tabel Rangkuman Jawaban Informan Tentang Kepercayaan Terhadap <i>Online Shop</i>	43
4.7 Tabel Rangkuman Jawaban Informan Tentang Situs <i>Online Shop</i> Yang Sering di Kunjung Dalam Melakukan Pembelian	45
4.8 Tabel Rangkuman Jawaban Informan Tentang Pertimbangan Dalam Melakukan Belanja Pada <i>Online Shop</i>	48
4.9 Tabel Rangkuman Jawaban Informan Tentang Produk Yang Sering Dibeli Pada <i>Online Shop</i>	50

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	25
3.1 Teknik Analisis Data.....	33
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara	83
Lampiran 2 : Script Wawancara	84
Lampiran 3 : Foto Penelitian	106