



**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
APLIKASI SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan
Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)**

SKRIPSI

Oleh:

Happy Putra Aditama

NIM 150210301032

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
APLIKASI SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan
Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:
Happy Putra Aditama
NIM 150210301032

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2020**

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas berkat dan rahmat Allah S.W.T, serta doa dari orang-orang yang tercinta karya tulis ini dapat terselesaikan. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Ayahanda tersayang Bisriyadi yang telah mengajarku menjadi seorang laki-laki dewasa dan bertanggung jawab atas apa yang terjadi dalam kehidupanku, ibundaku Mariatun tersayang yang telah melimpahkan kasih sayang, dan mengajarku tentang apa arti do'a orang tua untuk setiap langkahku. Aku berjanji kucuran keringat ini, tetesan air mata ini, usaha ini, dan masa depanku kelak untuk membahagiakan kalian;
2. Kakakku Anggun Ratna Wulandari beserta keluarga besar yang selalu memberikan semangat saat saya mulai lelah dan malas belajar;
3. Bapak/Ibu guru sejak SD hingga Perguruan Tinggi yang kuhormati serta semua orang yang telah memberikan pengetahuan serta pengalaman dengan penuh keikhlasan;
4. Almamater yang kucintai Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTTO

*“Bukan seberapa banyak orang menghasilkan uang, melainkan untuk tujuan apa uang itu digunakan”
(John Ruskin)¹*

*“Kesuksesan adalah buah dari usaha-usaha kecil, yang diulang hari demi hari”²
(Robert Collier)*



¹<https://www.cermati.com/artikel/25-kata-kata-bijak-keuangan-dari-orang-terkenal-dunia>

²<https://inspirilo.com/motto-hidup/>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Happy Putra Aditama

NIM : 150210301032

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi *Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas kebenaran dan keabsahan isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 06 Juli 2020

Yang Menyatakan

Happy Putra Aditama

150210301032

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan
Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program
Sarjana Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi
Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Happy Putra Aditama
NIM : 150210301032
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2015
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 01 November 1996

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M. M
Nip. 19600217 198603 1 003

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
Nip. 19570528 198403 2 002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi *Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Senin 06 Juli 2020

Tempat : Gedung 1 FKIP Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M

NIP. 19600217 198603 1 003

Anggota I

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

Nip. 19570528 198403 2 002

Anggota II

Dr. Sukidin, M.Pd

NIP. 19660323 199301 1 001

Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd

NIP. 19870924 201504 1 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., P.hD

NIP.19680802 199303 1 004

RINGKASAN

“Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi *Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)”. Happy Putra Aditama; 150210301032; 2015; 78 halaman; Program Studi pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Kemajuan dan perkembangan teknologi komunikasi telah menciptakan internet, yang banyak membantu kehidupan masyarakat pada saat ini. Perkembangan internet saat ini telah sedikit merubah pola pikir masyarakat dalam menanggapi masalah, bertindak, *lifestyle* (gaya hidup), maupun perilaku masyarakat itu sendiri. Perkembangan teknologi dan internet menuntut masyarakat untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai fungsinya. Internet saat ini telah menjadi suatu kebutuhan bagi sebagian kalangan, terlebih lagi bagi mahasiswa. Mahasiswa akan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi ini untuk mencari lebih banyak informasi yang dibutuhkan pada aplikasi *Shopee* misalkan mengenai materi-materi yang berkaitan dengan perkuliahan sampai dengan pemenuhan kebutuhan, baik kebutuhan berkaitan dengan perkuliahan maupun kebutuhan pribadi dengan cara pembelian produk pada aplikasi *Shopee*.

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan Pengambilan Keputusan Pembelian Pada aplikasi *Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkatan 2018). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode observasi, wawancara, dan dokumen. Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember tahun angkatan 2018 yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*. Informan pendukung dalam penelitian ini yaitu pemilik *online shop* di Kota Jember. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pembelian pada aplikasi *Shopee* (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkatan 2018) meliputi produk, harga, tempat/distribusi, promosi, kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi. Produk pada *online shop* meliputi kualitas produk yang lebih bagus daripada toko *offline*, produk yang dijual lebih bervariasi dan lengkap. Untuk harga pada *online shop* yang ditawarkan lebih murah daripada *offline*, dan untuk tempat/distribusi pada *online shop* khususnya pada aplikasi *Shopee* memilih saluran distribusi yang terpercaya, cepat, dan aman, seperti JNE dan JNT. Sedangkan untuk promosi pada *online shop* ditunjukkan oleh adanya promosi pada produk baru, promosi potongan harga produk, dan promosi biaya ongkir.

Untuk kepercayaan ditunjukkan oleh percaya pada janji aplikasi *Shopee*, percaya pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*, percaya pada pengiriman produk yang dilakukan oleh pihak *online shop* pada aplikasi *Shopee*, dan akan terus bertransaksi dengan aplikasi *Shopee*. Untuk kemudahan ditunjukkan oleh fleksibel, dan dapat dengan mudah memilih barang-barang yang ingin dibeli. Dan untuk kualitas informasi ditunjukkan oleh produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan oleh pihak *shopee* dalam merespon complain yang dilakukan oleh pihak konsumen, serta memiliki preferensi utama pada produk berkaitan dengan testimony konsumen lain yang sudah melakukan pembelian.

Adapun saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini yaitu bagi pihak *online shop* pada aplikasi *Shopee*, hendaknya untuk lebih menganekaragamkan produk yang dijual, serta untuk sering memberikan potongan harga dan bebas ongkir. Bagi pihak ekspedisi, untuk terus mempertahankan kinerja dalam pengiriman agar barang dapat dengan sampai secara tepat waktu. Dan bagi konsumen, untuk membaca deskripsi barang yang dijual *online* pada aplikasi *Shopee* secara teliti.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu wa Ta'ala* atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi *Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan ini tidak lepas bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., P.h.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M. Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Kayan Swastika, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember dan sebagai Dosen Penguji II;
5. Drs. Joko Widodo, M.M.,selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
6. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini;
7. Seluruh dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;

8. Semua mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jember yang turut membantu dalam memberikan informasi dan pengumpulan data skripsi;
9. Seluruh teman Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 terima kasih atas semangat dan kebersamaannya; dan
10. Keluarga Besar GEMAPITA FKIP Universitas Jember, terimakasih atas perjuangan maupun semangat yang telah kalian kasih.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan untuk terselesaikannya skripsi ini.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Jember, 06 Juli 2020

Penulis

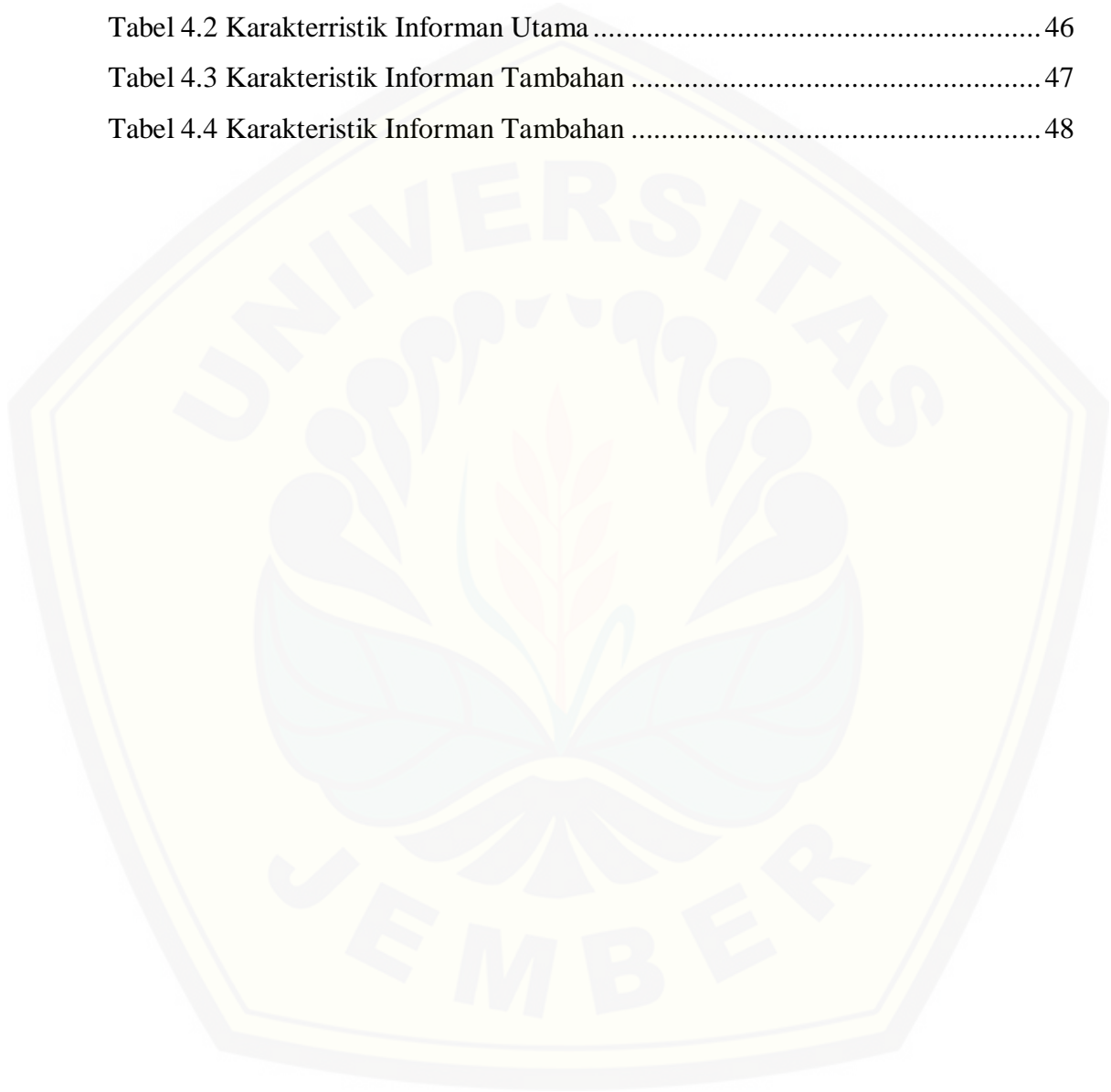
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN.....	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Pengertian Pemasaran	8
2.3 Pemasaran <i>Online</i>	9
2.4 Belanja <i>Online</i>	11
2.5 Keputusan Pembelian	15
2.5.1 Produk (<i>Product</i>).....	22
2.5.2 Harga (<i>Price</i>)	23
2.5.3 Distribusi (<i>Place</i>)	25
2.5.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	26

2.6	Kerangka Berfikir	28
BAB 3. METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Rancangan Penelitian	31
3.2	Metode Penentuan Lokasi Penelitian	32
3.3	Subjek dan Informan Penelitian.....	32
3.4	Definisi Operasional Konsep	32
3.4.1	Keputusan pembelian <i>Online</i>	32
3.5	Jenis dan Sumber Data	33
3.5.1	Jenis Data.....	33
3.5.2	Sumber Data	34
3.6	Metode Pengumpulan Data	34
3.6.1	Metode Wawancara.....	34
3.6.2	Metode Dokumen.....	34
3.7	Metode Analisis Data	35
3.7.1	Reduksi data (<i>Data Reduction</i>)	35
3.7.2	Penyajian data (<i>Data Display</i>)	35
3.7.3	Verifikasi data (<i>Data Verification</i>).....	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1.	Hasil Penelitian	37
4.1.1.	Gambaran Umum Aplikasi <i>Shopee</i>	37
4.1.2	Gambaran Informan Penelitian	43
4.1.3	Pengambilan Keputusan Pembelian Pada aplikasi <i>Shopee</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018).....	47
4.2	Pembahasan	65
BAB 5. PENUTUP		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Informan Utama	45
Tabel 4.2 Karakteristik Informan Utama	46
Tabel 4.3 Karakteristik Informan Tambahan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Informan Tambahan	48



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian	17
Gambar 2.2 Model Prilaku Pembelian	19
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 Berbagai jenis produk yang sudah Diklasifikasi Berdasarkan Jenisnya pada Aplikasi Shopee	62
Gambar 4.2 Pilihan Metode Pembayaran pada Aplikasi <i>Shopee</i>	64
Gambar 4.3 Flash Sale (Potongan Harga) yang Ditawarkan oleh Aplikasi <i>Shopee</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Matrik Penelian	82
Lampiran B Tuntunan Penelitian.....	80
Lampiran C Pedoman Wawancara Informan Utama	81
Lampiran D Pedoman Wawancara Informan Tambahan.....	83
Lampiran E.1 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	84
Lampiran E.2 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	89
Lampiran E.3 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	94
Lampiran E.4 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	99
Lampiran E.5 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	104
Lampiran E.6 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	109
Lampiran E.7 Transkrip Wawancara Informan Utama.....	114
Lampiran F.1 Transkrip Wawancara Informan Tambahan.....	119
Lampiran F.2 Transkrip Wawancara Informan Tambahan.....	122
Lampiran F.3 Transkrip Wawancara Informan Tambahan.....	125
Lampiran G Dokumentasi	128
Lampiran H Surat Penelitian	132
Lampiran I Lembar Konsultasi	133
Lampiran J Daftar Riwayat Hidup.....	137

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya secara signifikan berlangsung demikian cepat, membuat dunia menjadi tanpa batas. Terutama kemajuan teknologi dalam gadget memudahkan kita untuk berkomunikasi dan melakukan pekerjaan. Akses internet menjadi mudah dan cepat, dimanapun dan kapanpun. Meningkatnya perkembangan internet mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan yang mempengaruhi kehidupan masyarakat, terutama yang berada di kota-kota besar, dimana salah satu perubahan itu adalah tempat berbelanja masyarakat. Mereka tidak lagi hanya berbelanja di toko *offline* namun juga di toko *online*. Banyak juga toko-toko *offline* yang mempromosikan barangnya melalui toko *online*.

Orang-orang dapat berbelanja suatu produk tanpa harus pergi ke toko. Transaksi yang biasanya dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dan dapat berkomunikasi secara nyata, namun sekarang transaksi dan komunikasinya dilakukan melalui jaringan internet tanpa harus bertatap muka. Transaksi yang melalui jaringan internet semacam ini dikenal dengan *online shopping*. *Online shopping* merupakan proses berbelanja melalui internet yang dilakukan dengan mengakses *wabsite* toko *online* seperti *Shopee*. *Wabsite* ini menjual berbagai macam kebutuhan seperti produk *fasion*, elektronik, *gadget*, dan lain sebagainya. Dimana dalam penelitian ini berfokus pada produk yang dijual secara *online* pada aplikasi *Shopee*.

Kemajuan dan perkembangan teknologi komunikasi telah menciptakan internet, yang banyak membantu kehidupan masyarakat pada saat ini. Perkembangan internet saat ini telah sedikit merubah pola pikir masyarakat dalam menanggapi masalah, bertindak, *lifestyle* (gaya hidup), maupun perilaku masyarakat itu sendiri. Perkembangan teknologi dan internet menuntut masyarakat untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai fungsinya. Internet saat ini telah menjadi suatu kebutuhan bagi sebagian kalangan, terlebih lagi bagi mahasiswa. Mahasiswa pada era digital saat ini dituntut dapat

menggunakan dan memanfaatkan teknologi. Kewajiban seorang mahasiswa adalah belajar dan menuntut ilmu, dengan adanya perkembangan internet dan perubahan lingkungan sosial akan mengubah gaya hidupnya. Perubahan gaya hidup ini ditunjukkan dengan mencari informasi terkait kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Misalnya seperti pemilihan cara belajar, cara memilih hiburan, hingga cara berpenampilan. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto, hingga belanja.

Mahasiswa merupakan lapisan masyarakat yang paling mudah menerima perubahan jaman. Terlebih lagi dengan perkembangan teknologi serta internet yang semakin maju telah merubah gaya hidup dan pola pikir sebagian mahasiswa seperti kepemilikan *smart phone* atau *gadget* sebagai barang kebutuhan mahasiswa yang paling penting. Banyak dari mahasiswa yang lebih bergantung pada *smart phone* atau *gadget* dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Selain sebagai alat komunikasi, penggunaan *smart phone* dapat dijadikan sebagai alat pencarian informasi bagi mahasiswa. Mahasiswa akan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi ini untuk mencari lebih banyak informasi yang dibutuhkan pada aplikasi *Shopee* misalkan mengenai materi-materi yang berkaitan dengan perkuliahan sampai dengan pemenuhan kebutuhan, baik kebutuhan berkaitan dengan perkuliahan maupun kebutuhan pribadi dengan cara pembelian produk pada aplikasi *Shopee*.

Hal ini juga banyak dilakukan oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi (FKIP) di Universitas Jember. Mahasiswa sangat membutuhkan *smart phone* atau *gadget* untuk mencari beberapa informasi berkaitan dengan perkuliahan, serta untuk melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna memenuhi kebutuhan mereka. *Online shopping* banyak dipilih mahasiswa karena kemudahan yang ditawarkan seperti lebih dapat menghemat waktu serta dapat memilih barang sesuai keinginan tanpa harus berpindah-pindah ke toko sehingga lebih praktis. Hal ini dikarenakan padatnya jadwal kuliah maupun kegiatan non perkuliahan, yang membuat banyak dari mahasiswa tersebut tidak ada waktu untuk keliling toko membeli barang-barang keperluan mereka.

Selain itu mahasiswa dapat dengan bebas membandingkan produk yang dijual pada toko *online* satu dengan yang lainnya sampai mahasiswa benar-benar menemukan produk yang paling diinginkan. Kebanyakan mahasiswa yang menjadi informan inti dalam penelitian ini berasal dari luar Jember dan tinggal di rumah kos, serta sebagian dari mereka yang kos tidak memiliki kendaraan pribadi. Bagi mahasiswa yang kos dan tidak memiliki kendaraan pribadi akan sedikit susah bila harus pergi berbelanja ke toko yang letaknya jauh dari tempat tinggalnya saat ini, apalagi dengan padatnya kegiatan mereka. Oleh karena itulah belanja pada aplikasi *Shopee* merupakan alternatif untuk membeli segala keperluan yang dibutuhkan.

Berbelanja pada aplikasi *Shopee* memang menjadi alternatif lain yang dapat membantu mahasiswa mendapat barang yang diinginkan. Ditambah lagi gaya hidup mahasiswa saat ini yang senang dengan fasilitas yang ditawarkan oleh internet membuat mereka senang belanja, karena tidak harus pergi jauh-jauh untuk sekedar berbelanja produk keperluan sehari-hari secara langsung di toko, dan juga mereka lebih menghemat waktu dan praktis. Beberapa barang yang banyak dibeli oleh mahasiswa yaitu segala produk kebutuhan sehari-hari maupun beberapa barang yang berkaitan dengan perkuliahan mereka. Selain itu dengan melakukan pembelian secara *online* juga mudah untuk diaplikasikan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler & Armstrong (2008:45) yang menjelaskan bahwa keuntungan bagi konsumen *online* antara lain memberikan kenyamanan. Pelanggan tidak perlu bergelut dengan lalulintas, tidak perlu mencari tempat parkir dan berbelanja dari toko ke toko. Konsumen dapat membandingkan merek, memeriksa harga, dan memesan barang dagangan 24 jam sehari dari mana saja. Pembeli *online* menawarkan beberapa keunggulan tambahan. Jasa *online* komersial dan internet memberi konsumen akses ke informasi perbandingan yang melimpah.

Para mahasiswa memperoleh banyak manfaat jika berbelanja pada aplikasi *Shopee*, yaitu dengan berbelanja *online* dapat dilakukan dimana dan kapan saja. Tidak perlu pergi ke toko-toko untuk membeli item yang dibutuhkan, berbelanja *online* dapat dilakukan 24 jam, Selain itu berbelanja pada aplikasi

Shopee menyediakan perbandingan produk dan membantu dalam memutuskan mana yang harus dibeli, lebih nyaman, produk lebih beragam, transaksi lebih cepat dan tanpa antrian, rahasia konsumen terlindungi, dandapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Akan tetapi berbelanja *online* juga memiliki kelemahan, yaitu minimnya bantuan saat berbelanja dimana konsumen tidak dapat melakukan kontak fisik secara langsung dengan penjual dan produk juga tidak bisa diraba atau dicoba, kemungkinan kerusakan produk saat pengiriman tidak dapat dibatalkan serta penipuan yang seringkali terjadi dalam berbelanja *online*. Oleh Karena itu dalam transaksi *online* harus ada kepercayaan dari pihak pembeli agar transaksi pembelian dapat berjalan.

Pada saat memutuskan akan berbelanja ada beberapa pertimbangan dalam pengambilan keputusan, misalnya lokasi yang harus ditempuh, ketersediaan produk pada wilayah tempat tinggal, serta alternatif perbandingan harga. Hal ini akan dapat mempengaruhi dalam belanja pada aplikasi *Shopee* atau belanja secara *offline*. Keputusan pembelian yang dilakukan tergantung dari informasi yang diperoleh sebagai pertimbangan untuk menilai lebih praktis belanja pada aplikasi *Shopee* atau *offline*. Pertimbangan-pertimbangan itu seperti perbandingan harga, variasi produk, lokasi yang harus ditempuh, dan ketersediaan produk pada daerah terdekat, beberapa promosi yang sering dilakukan oleh *online shop*, dan informasi yang diberikan oleh pihak *online shop*, baik pada deskripsi produk maupun testimony pembelian. Ketika hendak membeli, para konsumen akan menentukan lebih praktis mana pembelian produk pada aplikasi *Shopee* atau *offline*, sehingga mereka bisa mengambil keputusan untuk membeli pada aplikasi *Shopee* atau *offline*.

Berikut merupakan merupakan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti dengan salah satu mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang menjadi informan utama dalam penelitian ini

“Saya lebih memilih untuk melakukan pembelian online pada aplikasi shopee karena sangat praktis mas, dan menghemat waktu. Apalagi jadwal kegiatan saya sangat padat, sehingga dengan membeli online sangat membantu saya, apalagi pada online shop biasanya harganya juga lebih murah. Selain itu jika beli online dapat membeli segala macam barang karena lebih lengkap daripada beli di toko-toko terdekat” (MD, 21Th)

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa bila berbelanja secara *offline*, harus berpindah-pindah dan membandingkan barang dari toko satu ke toko yang lain, sehingga akan lebih banyak menghabiskan waktu dan tenaga sehingga kurang efektif. Namun pada saat berbelanja *online*, dapat dengan mudah berpindah dari satu *website* ke *website* lain untuk melakukan perbandingan harga, variasi produk, serta pencairan informasi terkait produk yang diinginkan tanpa terlalu membuang-buang waktu dan tenaga. Sekarang dengan berkembangnya *online shop* dapat dengan praktis berbelanja tanpa bersusah payah keluar rumah untuk sekedar membeli pakaian atau yang lain. Ketika hendak membeli barang pada aplikasi *Shopee* cukup membuka *website* toko *online* atau jejaring sosial media melalui *smartphone* atau *gadget* yang dimiliki untuk berbelanja produk yang diinginkan, kemudian memesan barang yang diinginkan dan melakukan pembayaran jika dilakukan dengan sistem pra bayar karena saat ini pembelian pada aplikasi *Shopee* dapat dilakukan secara *Cash On Delivery* (COD) yang berarti bahwa pembayaran dilakukan ketika barang sudah sampai kepada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini memiliki judul “**Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi *Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas permasalahan penelitian ini adalah bagaimana analisis pengambilan keputusan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* (Studi kasus pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkatan 2018)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis pengambilan keputusan

pembelian produk pada aplikasi *Shopee* (Studi kasus pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkatan 2018).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait didalamnya antara lain:

1. Bagi peneliti dengan dilaksanakan penelitian ini, peneliti memperoleh pengetahuan mengenai bisnis *online* yang sedang marak saat ini, serta beberapa faktor yang menyebabkan banyak dari masyarakat yang melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*.
2. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini menjadi referensi serta sumber informasi yang dapat digunakan untuk penelitian berikut yang sejenis.
3. Bagi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi secara konkret mengenai pembelian produk pada aplikasi *Shopee*.
4. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan untuk meningkatkan wawasan dan perbandingan untuk penelitian sejenis.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan membahas beberapa teori yang menjadi tinjauan pustaka dan acuan yang digunakan sebagai dasar pandangan dan penelitian. Tinjauan pustaka ini digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep mengenai masalah yang diteliti. Konsep disini merupakan sebuah unsur dasar atau unsur pokok untuk membentuk teori sebagai landasan, sehingga penelitian ini memiliki batasan. Batasan tersebut dilakukan agar tidak terlalu menyimpang dari kajian yang dibahas, maka pada bab ini akan dijelaskan konsep-konsep dari masalah yang dibahas. Adapun komponen-komponen dalam kajian pustaka ini meliputi (1) penelitian terdahulu, (2) Pengertian pemasaran, (3) Pemasaran *online*, (4) Belanja *online*, (5) Keputusan pembelian, dan (6) Kerangka berfikir penelitian.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian saat ini, dilakukan oleh Aulia Akbar dengan judul Analisis Keputusan Pembelian Produk *Outdoor* Merk Eiger Pada aplikasi *Shopee* Di Kota Makasar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanudin Makasar), penelitian pada tahun 2015. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pembelian berdasarkan berbagai pertimbangan yaitu mengenai produk, harga, dan fasilitas internet. Alasan yang sering diungkapkan mahasiswa jurusan manajemen lebih memilih belanja pada aplikasi *Shopee* dikarenakan harga produk *online* lebih murah dari pada belanja secara *offline*. Alasan lain mahasiswa jurusan manajemen memutuskan untuk berbelanja pada aplikasi *Shopee* karena relatif lebih menghemat waktu.

Penelitian terdahulu sejenis juga dilakukan oleh Helina Gusmawarni HRP(2017) dengan judul ‘Analisis Keputusan Pembelian *Online* Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee* harus memperhatikan beberapa komponen yaitu produk, harga produk, dan saluran

distribusi yang digunakan. Para mahasiswa cenderung memutuskan melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee* dikarenakan produk yang lebih beragam dan berkualitas, harga yang lebih murah, serta saluran distribusi yang digunakan aman dan terpercaya. Oleh karena itulah para mahasiswa tersebut lebih memilih untuk melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee* barang-barang keperluan pribadi mereka. Selain itu, dengan melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee* dirasa lebih mudah, praktis, dan menghemat waktu daripada harus berkeliling toko untuk mencari barang yang diinginkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kontribusi yang diberikan terhadap penelitian sekarang adalah sebagai acuan pertimbangan dalam memperkuat penelitian ini. Persamaan antara penelitian terdahulu dan saat ini yaitu sama-sama meneliti tentang pengambilan keputusan pembelian, perbedaannya adalah tempat atau lokasi penelitian.

2.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*Marketing*) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Menurut Kotler (2004:7) pemasaran sebagai fungsi bisnis, mengidentifikasi kebutuhan dan tuntutan yang belum terpenuhi, menentukan siapa konsumen atau pengguna dari suatu produk atau jasa yang dapat dilayani dengan sebaik-baiknya oleh organisasi, menetapkan produk, jasa atau layanan dan program untuk melayani pasar-pasar tersebut, dan mengundang setiap orang dalam organisasi untuk berfikir dan melayani konsumen. Sedangkan menurut Yazid (2008:13) pemasaran merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya.

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (Kotler, 2004:17). Jadi suatu konsep pemasaran yang direncanakan oleh suatu organisasi merupakan kunci untuk meraih tujuan yang ingin dicapai. Konsep pemasaran tersebut meliputi pasar sasaran, kebutuhan konsumen, pemasaran terpadu, dan profibilitas.

Menurut W. Stanton (dalam Angipora, 2002:3) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial. Proses pemasaran dimulai dari menemukan hal yang diinginkan oleh konsumen.

Jadi, pemasaran adalah pemenuhan kepuasan pelanggan demi suatu keuntungan dengan dua tujuan utama pemasaran yaitu menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan. Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain, dengan menggunakan bauran pemasaran untuk memperkenalkan produk maupun jasa yang akan dipasarkan

2.3 Pemasaran *Online*

Bagi banyak bisnis, memilih jalur pemasaran yang sesuai bukanlah hal yang mudah. Hal ini karena pemasaran akan memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan bisnis, sehingga harus dilakukan sebaik mungkin. Zaman dimana internet menjadi pusat kegiatan banyak orang, pemasaran *online* digadang-gadang menjadi metode paling efektif. Pemasaran *online* dianggap mampu melebarkan sayap pemasaran bisnis secara optimal namun dengan biaya yang jauh lebih ringan.

Menurut Kotler dan Keller (2011:24) *Online Marketing is efforts to market products and services and build customer relationships over the Internet*, yang dapat diartikan sebagai usaha-usaha untuk memasarkan produk dan jasa dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui media Internet. Kemudian Kotler dan Keller (2011:25) juga menjelaskan, “*internet is a vast public web of computer networks that connects users of all types around the world to each other and an amazingly large information repository*”, yang maknanya adalah sebuah jaringan publik yang luas yang terdiri dari jaringan-jaringan komputer yang

menghubungkan pengguna-pengguna dari seluruh dunia satu sama lain dan merupakan wadah informasi yang sangat banyak.

Pemasaran *online* yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce* adalah istilah yang menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui internet. Pemasaran melalui media internet memungkinkan suatu usaha untuk menjalankan praktek *self-service*. Hal ini berarti suatu usaha dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa membutuhkan tenaga SDM, mengurangi fasilitas dan layanan melalui telepon. Kotler dan Keller (2011:27) melihat perusahaan yang melakukan *online marketing* ada dua perspektif, yaitu:

1) Perusahaan *brick and click*

Artinya perusahaan yang melakukan transaksi di dua *channel* (*offline* dan *online*).

2) Perusahaan *pure play*

Artinya perusahaan yang benar-benar melakukan transaksi hanya di dunia maya. Diluar itu adalah perusahaan *brick and mortar*, yaitu perusahaan pada umumnya hanya ada di dunia nyata.

Kegiatan pemasaran internet umumnya meliputi atau berkisar pada hal-hal yang berhubungan dengan pembuatan produk periklanan, pencarian prospek atau pembeli dan penulisan kalimat-kalimat pemasaran atau *copywriting*. Pemasaran internet ini secara umum meliputi kegiatan pembuatan desain web (*web design*), periklanan dengan menggunakan *banner*, promosi perusahaan lewat mesin pencari informasi (*search engine*), surat elektronik atau e-surat (*e-mail*), periklanan lewat e-surat (*email advertising*), pemasaran afiliasi (*affiliate marketing*), advertensi interaktif (*interactive advertising*), dan lainnya (Setiadi, 2015).

Saat ini banyak sekali yang menawarkan pelayanan *online*, karena pemasaran *online* memberikan manfaat yang baik bagi konsumen maupun pemasar. Manfaat untuk konsumen yaitu pembelian *online* ini nyaman, pelanggan tidak perlu bergelut dengan lalu lintas, mencari tempat parkir, dan berjalan dari toko ke toko dan lorong ke lorong untuk mencari dan memeriksa produk. Mereka dapat melakukan perbandingan merek, harga dan memesan

barang dagangan 24 jam sehari dari mana saja. Pembelian *online* itu mudah dan pribadi, dimana pelanggan menemui lebih sedikit percekcoakan sewaktu membeli dan tidak harus menghadapi wiraniaga. Jasa *online* komersial dan internet memberikan berbagai informasi kepada konsumen tentang perbandingan yang melimpah, informasi tentang perusahaan, produk dan pesaing.

Sedangkan manfaat untuk pemasar antara lain karena sifatnya satu lawan satu dan interaktif, pemasaran *online* merupakan alat yang bagus untuk pembangun hubungan pelanggan yang membuat perusahaan dan pelanggannya lebih akrab. Menurut Hadijah (2018) pemasaran *online* dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi. Pemasar *online* dapat menghindari pengeluaran untuk perawatan alat-alat toko, sewa toko, listrik, dan asuransi toko. Pemasaran *online* juga menawarkan keluwesan yang lebih baik, yang membuat pemasar dapat membuat penyesuaian yang berkelanjutan pada tawar dan programnya. Dimana pemasar dapat melakukan pemasaran *online* dengan empat cara, yaitu dengan menciptakan etalase toko elektronik, memasang iklan *online*, berperan serta dalam forum internet, kelompok berita, atau komunitas *web*, atau menggunakan *e-mail online* atau *web casting* (Hadijah, 2018).

2.4 Belanja Online

Belanja *online* adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Belanja *online* diklasifikasikan sebagai transaksi *e-commerce Business to Consumer* (B2C) (Turban et. al, 2005). Hal ini biasanya terkait dengan transaksi eceran dengan pembeli individu. Melalui belanja lewat internet seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak dibelanjakan melalui *web* yang dipromosikan oleh penjual. Kegiatan belanja ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia melalui media *notebook*, computer, ataupun *handphone* yang tersambung dengan layanan akses internet.

Ada beberapa alasan konsumen lebih memilih belanja *online* dari padabelanja secara *offline* menurut Turban et. al, (2005:145) yaitu:

a. Mudah

Mudah karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, melalui perangkat computer dimana saja yang terkoneksi dengan internet, termasuk dari perangkat *mobile* pribadi.

b. Murah

Biaya untuk menjual produk di internet lebih murah sehingga secara fair konsumen juga berhak atas biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga di pasar *offline*.

c. Praktis

Praktis karena tidak perlu mendorong trolley, tidak perlu antri di kasir, dan tidak perlu jauh-jauh ke tempat perbelanjaan. Belanja *online* bisa dilakukan dimana saja, kapan saja, dengan alamat yang boleh ditentukan sendiri.

d. Efisien

Konsumen tidak perlu berlama-lama menghabiskan waktu mencari produk yang dibutuhkan. Waktu menjadi lebih efisien dari pada harus berjam-jam menembus kemacetan lalu lintas.

e. Modern

Solusi berbelanja pada aplikasi *Shopee* adalah gaya hidup manusia modern yang menyukai kepercayaan, kepraktisan efisien, kemudahan, dan memanfaatkan kemauan teknologi informasi dan komputer. Konsumen seperti ini pada umumnya adalah kelas menengah atas yang memiliki pemikiran modern dan percaya bahwa tidak harus bertatap muka dengan penjual atau melihat barang secara langsung karena percaya bahwa integritas adalah sesuatu yang harus dijunjung tinggi.

f. Pribadi

Dunia belanja *online* sangat menghargai hal-hal yang bersifat pribadi. Mulai dari data pribadi yang tidak akan dibagikan kepada siapapun hingga kebutuhan produk yang dibeli. Dengan berbelanja pada aplikasi *Shopee*, konsumen tidak perlu sungkan dilihat orang lain atau ketahuan dalam membeli produk tersebut.

g. Nyaman

Alasan lainnya adalah kenyamanan dan tidak perlu merasa terganggu dengan situasi keramaian di *offline store*. Konsumen bahkan dapat membeli produk dengan jumlah berapapun. Bahkan dalam jumlah yang sedikit pun bisa dilayani dengan *online*. Untuk kenyamanan konsumen tersedia pula pilihan pembayaran misalnya dengan COD (bayar di tempat), transfer bank, atau kartu kredit.

h. Fokus

Pada umumnya semua orang akan lebih mengutamakan keinginannya ketika sedang berbelanja atau merasa tidak nyaman ketika hanya membeli sedikit produk dan harus mengantri panjang di kasir. Karena keinginan konsumen tersebut dan dengan alasan efisiensi yang tadinya berniat untuk membeli satu atau dua produk saja lalu memutuskan untuk membeli sekaligus produk lain sehingga akhirnya belanjaan menjadi satu keranjang penuh. Untuk mengatasi hal tersebut, maka konsumen bisa memulainya dengan berbelanja pada aplikasi *Shopee*. Sehingga konsumen bisa meluruskan niat dan fokus hanya pada target produk yang akan dibeli dan dibutuhkan saja.

i. Tanpa Batas

Tidak ada batas apapun terutama dalam hal jarak ataupun waktu. Toko *online* melayani konsumen setiap waktu, sehingga konsumen bisa membeli produk dimanapun dan kapanpun.

Selain keuntungan diatas, ada juga beberapa kelemahan dalam berbelanja pada aplikasi *Shopee* yaitu:

1. Kualitas barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda kualitasnya dengan yang tercantum di *website*.
2. Rentan penipuan.
3. Rentan rusak atau pecah karena media pengirimannya adalah pos.
4. Rentan aksi pembobolan rekening karena pembayaran dilakukan melalui internet.
5. Maraknya aksi spamming karena setelah pembeli melakukan registrasi, penjual cenderung selalu mengirimkan katalog *online* melalui *e-mail* pembeli dan hal ini cukup mengganggu *privacy*.

Untuk menghindari terjadinya kekecewaan dan penipuan yang terjadi pada konsumen, Sarwono dan Prihartono (2012:35) menjelaskan bahwa ada beberapa tips aman dalam berbelanja *online* yaitu:

1. Perhatikan testimoni dan reputasi penjual

Website atau akun jejaring sosial milik toko *online* biasanya menyediakan tempat untuk para pelanggannya memberikan testimoni tentang pengalaman selama berbelanja. Sehingga konsumen bisa menilai apakah toko *online* tersebut memiliki reputasi yang bagus dan terpercaya atau tidak berdasarkan testimoni tersebut. Hal ini sangat penting karena testimoni para pembeli menentukan kredibilitas toko tersebut.

2. Detail dan kondisi barang/jasa yang dijual

Perhatikan detail barang atau jasa yang akan dibeli, jangan pernah membeli barang yang tidak disertai dengan informasi yang lengkap tentang barang tersebut. Hal ini guna mencegah kerugian jika barang atau jasa yang dibeli ternyata tidak sesuai dengan yang diinginkan. Jangan pernah tergiur dengan harga murah karena jika harga barang atau jasa yang akan dibeli itu sangat jauh perbandingannya dengan barang yang sama-sama beredar di pasaran, pasti ada sesuatu kekurangannya.

3. Transaksi dan pembayaran

Dalam transaksi pembelian *online*, pembayaran biasanya dilakukan dengan metode transfer ke rekening bank penjual. Seperti dengan menggunakan sistem COD atau *Cash On Delivery* dapat meminimalisasi terjadinya penipuan. COD merupakan sistem pembayaran yang baru dilakukan bersamaan dengan sampainya barang ke tangan pembeli. Biasanya pembeli diminta untuk bertemu disebuah tempat atau bertemu langsung dengan penjual. Keuntungan dari sistem pembayaran ini adalah pembeli bisa memeriksa barang yang dipesan terlebih dahulu. Sesuai atau tidaknya dengan keterangan yang tertera di *website*. Jika tidak sesuai, pembeli bisa langsung mengembalikan atau bernegosiasi untuk menukarkan barang.

Sistem COD ini hanya bisa dilakukan apabila antara penjual dan pembeli berada di domisili yang sama. Jika pembeli dan penjual berdomisili

yang berbeda, maka opsi yang lainnya adalah dengan menggunakan rekening bersama sebagai pihak ketiga dalam transaksi jual beli. Rekening bersama adalah perantara pembayaran yang membantu keamanan dan kenyamanan transaksi antara penjual dan pembeli. Pembeli tidak mentransfer langsung dananya ke rekening penjual, tetapi ke pihak rekening bersama dahulu sebagai pihak ketiga sehingga tidak ada kemungkinan barang tidak dikirim oleh penjual. Setelah barang diterima oleh pembeli, barulah pihak rekening bersama mentransfer ke rekening penjual. Oleh karena itu, dengan menggunakan sistem rekening bersama dapat meminimalisasi penipuan yang ada.

2.5 Keputusan Pembelian

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Setiadi (2003:34) mendefinisikan suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

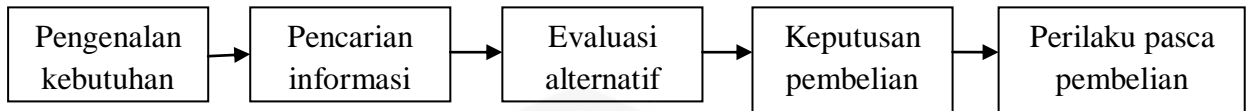
Proses pengambilan keputusan merupakan perilaku yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran sehingga dapat memecahkan masalahnya, dengan kata lain proses pemecahan suatu masalah yang diarahkan pada sasaran. Proses keputusan pembelian yang spesifik menurut Kotler dan Amstrong (2008:179) terdiri dari:

1. Pengenalan masalah, yaitu konsumen menyadari akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diharapkan.
2. Pencarian informasi, yaitu konsumen ingin mencari lebih banyak pencarian informasi secara aktif.
3. Evaluasi alternatif, yaitu mempelajari dan mengevaluasi alternatif yang diperoleh melalui pencarian informasi untuk mendapatkan alternatif pilihan terbaik yang akan digunakan untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Keputusan membeli, yaitu melakukan keputusan untuk melakukan pembelian yang telah diperoleh dari evaluasi alternatif terhadap merek yang akan dipilih.
5. Perilaku sesudah pembelian, yaitu keadaan dimana sesudah pembelian terhadap suatu produk atau jasa maka konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

Keputusan pembelian berkaitan dengan kegiatan dimana seseorang konsumen akan memutuskan untuk mencari suatu produk atau jasa yang diinginkan. Keinginan ini dimulai dari kebutuhan yang dirasakan mendesak bagi konsumen tersebut (Sarwono dan Prihartono, 2012:46). Memahami pola perilaku konsumen akan bermanfaat dalam melakukan riset tentang kepuasan pelanggan.

Konsumen pada umumnya memiliki sumber daya yang terbatas sehingga mereka tidak dapat membeli semua kebutuhan yang mereka inginkan. Konsumen harus membuat keputusan apa yang dibeli dan sebagai proses yang terjadi pada seseorang dalam menentukan dan menetapkan sesuatu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor intern dan ekstern untuk melakukan suatu pembelian. Tahapan

pengambilan keputusan konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2008:179) digambarkan pada gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian

Secara lebih rinci masing-masing tahap tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan terjadi ketika konsumen menghadapi ketidakseimbangan antara keadaan sebenarnya dan keinginan. Pengenalan kebutuhan terpicu ketika konsumen dipicu dengan stimulus internal atau eksternal dari keadaan normal menjadi tingkat yang cukup tinggi akhirnya menjadi dorongan.

b. Pencarian Informasi

Setelah mengenali kebutuhannya, konsumen akan mencari informasi tentang berbagai alternatif yang ada untuk memuaskan kebutuhannya. pencarian informasi dapat terjadi secara internal atau eksternal maupun keduanya. Pencarian informasi internal merupakan proses mengingat kembali informasi yang tersimpan di dalam ingatan yang sebagian besar berasal dari ingatan konsumen. Pencarian informasi eksternal merupakan pencarian informasi di lingkungan luar konsumen. Sumber informasi eksternal dapat dikendalikan oleh non pemasaran dan dikendalikan oleh pemasaran. Pencarian informasi oleh konsumen akan menghasilkan sekelompok merek-merek yang merupakan alternatif-alternatif yang paling disenangi oleh konsumen.

c. Evaluasi Alternatif

Konsumen akan menggunakan informasi yang tersimpan di dalam ingatan, ditambah dengan informasi yang diperoleh dari luar untuk membangun sebuah kriteria tertentu. Standar ini membantu konsumen untuk mengevaluasi dan membandingkan alternatif tersebut. Salah satu cara untuk memperkecil jumlah

pilihan dalam sejumlah pertimbangan yaitu dengan memilih atribut produk dan kemudian mengeluarkan semua produk yang tidak memiliki atribut tersebut.

d. Pembelian

Keputusan membeli merupakan pemilihan terhadap suatu produk yang paling disukai setelah konsumen melakukan evaluasi terhadap sejumlah alternatif-alternatif.

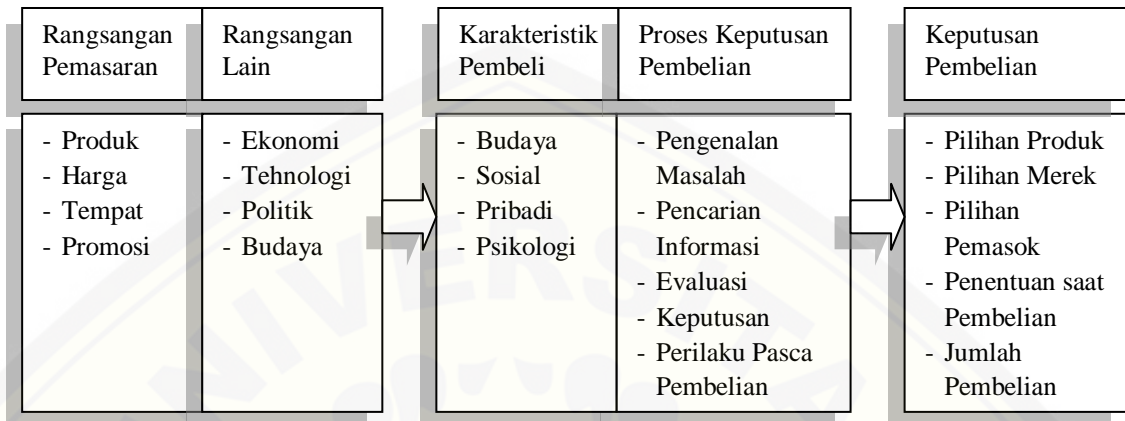
e. Perilaku Pasca Pembelian

Ketika membeli suatu produk, konsumen mengharapkan bahwa dampak tertentu dari suatu pembelian. Kepuasan pembelian akan terlihat pada hubungan antara harapan konsumen dan prestasi yang diterima dari suatu produk. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan prestasi, maka semakin besar pula ketidakpuasan konsumen.

Lebih lanjut Kotler (2002:54) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Keputusan pembelian tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam proses pemasaran. Sejalan dengan hal tersebut keputusan pembelian dalam penelitian ini secara kontekstual dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu motivasi konsumen untuk membeli.

Setelah konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang dibeli, maka konsumen akan melakukan pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Adanya perilaku konsumen tersebut membuat para konsumen dapat mengetahui tingkat kebutuhannya terhadap suatu barang yang hendak dibeli tersebut. Setiap konsumen/pembeli pasti akan melakukan suatu perilaku yang berbeda, tetapi pada dasarnya akan tetap sama.

Berikut merupakan gambar mengenai perilaku pembeli yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.2 Model Perilaku Pembelian

Sumber: Kotler (1999:222)

Setiap perusahaan harus memutuskan sejauh mana menyesuaikan strategi pemasarannya dengan kondisi-kondisi yang ada. Pada sisi yang satu terdapat perusahaan-perusahaan yang menggunakan *marketing mix* yang terstandarisasi secara global di seluruh dunia. Standarisasi tersebut adalah produk, iklan, distribusi dan biaya rendah. Stimuli Pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Adanya stimulasi pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi dapat menimbulkan adanya keputusan pembelian. Dalam penelitian ini keputusan dalam melakukan pembelian yaitu pada pembelian produk *online*.

Sebelum memutuskan untuk membeli pada aplikasi *Shopee* ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan menurut Hardiawan (2013:10) meliputi kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi.

1. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan pembeli terhadap penjual *online* terkait bagaimana si penjual tersebut dengan keahliannya dapat meyakinkan pembeli menjamin keamanan ketika sedang melakukan transaksi pembayaran meyakinkan transaksi akan segera diproses. Kepercayaan adalah mental atau verbal pernyataan yang

mencerminkan pengetahuan khusus seseorang dan penilaian tentang beberapa ide atau hal (Sciffman dan Kanuk, 2009). Setiap konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang berbeda ada yang memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dan ada pulayang memiliki tingkat kepercayaan yang lebih rendah. Menurut Gefen (dalam Hardiawan, 2013:10) bertransaksi pada aplikasi *Shopee* memiliki kepastian dan informasi yang tidak simetris. Oleh sebab itu harus ada rasa saling percaya antara penjual dan pembeli. Kepercayaan konsumen akan *e-commerce* merupakan salah satu factor kunci melakukan kegiatan jual beli pada aplikasi *Shopee*. Kepercayaan dalam melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee* berkaitan dengan jenis dan keaslian produk yang dijual, konsistensi harga produk, dan saluran distribusi yang digunakan (Imron, 2016).

Bentuk kepercayaan dalam penelitian ini yaitu adanya rasa percaya yang dirasakan oleh konsumen untuk berbelanja pada aplikasi *shopee*. Hal ini dikarenakan pembelian pada aplikasi *Shopee* memiliki informasi yang jelas, tingkat keamanan yang terjamin dalam bertransaksi, serta adanya tanggung jawab dari pihak *shoppe* jika terdapat masalah berkaitan dengan produk yang dijual pada *online shop* yang ada di *shopee* tersebut.

2. Kemudahan (*ease of use*)

Menurut Gefen (dalam Hardiawan, 2013:10) *ease of use* merupakan keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli *online* adalah faktor kemudahan penggunaan. Faktor kemudahan ini terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi pada aplikasi *Shopee*. Biasanya calon pembeli akan mengalami kesulitan pada saat pertama kali bertransaksi *online*, dan cenderung mengurungkan niatnya karena factor keamanan tidak tahu cara bertransaksi *online*.

Dilain pihak, ada juga calon pembeli yang berinisiatif untuk mencoba karena telah mendapatkan informasi tentang cara bertransaksi *online*. Suatu *website online shopping* yang baik adalah yang menyediakan petunjuk cara

bertransaksi *online*, mulai dari cara pembayaran, dan fitur pengisian form pembelian.

Bentuk kemudahan dalam penelitian ini yaitu pembelian produk pada aplikasi *shopee* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dari perangkat *handphone*, serta dapat dengan mudah memilih barang-barang yang ingin dibeli.

3. Kualitas Informasi (*information quality*)

kualitas informasi didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan. Semakin berkualitas informasi yang diberikan kepada pembeli *online*, maka akan semakin tinggi minat pembeli *online* untuk membeli produk tersebut. Adapun beberapa hal yang digunakan untuk mengukur Kualitas informasi menurut Ferdinand (2007) adalah sebagai berikut:

- a) Kecenderungan konsumen membeli produk
- b) Keinginan untuk mereferensikan pada orang lain
- c) Memiliki preferensi utama pada produk
- d) Pencarian Informasi

Untuk bentuk kualitas informasi dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan oleh pihak *shopee* dalam merespon complain yang dilakukan oleh pihak konsumen. Adanya beberapa rangsangan pemasaran *online* tersebut menyebabkan banyak dari mahasiswa memutuskan untuk melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*.

Adanya beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian pada aplikasi *Shopee* berkaitan dengan jenis dan keaslian produk yang dijual, konsistensi harga pada produk yang dijual, menggunakan ekspedisi pengiriman yang terpercaya, serta rutin adanya pengenalan produk-produk baru (promosi) (Imron, 2016). Hal ini diperkuat oleh pendapat Kotler (1999:222) yang menjelaskan bahwa stimuli pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat perusahaan kerjakan untuk mempengaruhi permintaan produk, yang terdiri dari empat kelompok variabel yang dikenal sebagai 4P, yaitu : produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan

promosi (*promotion*).

1. Produk (*Product*)

Menurut Stanton (dalam Angipora, 2002:28) produk adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dirasakan yang merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh pengusaha untuk menjawab segala masalah yang sedang dihadapi oleh seseorang atau dapat memenuhi segala kebutuhan yang ada. Produk dapat berupa barang, jasa, tempat/suasana, orang, dan juga ide. Produk merupakan sekumpulan atribut nyata dan tidak nyata termasuk kemasan, warna, harga, mutu, dan merek didukung dengan pelayanan dan reputasi dari penjual.

Produk didefinisikan oleh Kotler dan Amstrong (2008:248) sebagai berikut : “*A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need.*” Arti dari definisi tersebut adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Definisi lain dikemukakan oleh Tjiptono (2010:95) mengemukakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Menurut Alma (2011:139) produk merupakan seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya. Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa produk (*product*) ialah suatu elemen penting yang dimiliki perusahaan untuk dijual langsung kepada ke konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk dapat menjadi beberapa kelompok yaitu berdasarkan wujudnya, berdasarkan aspek daya tahan produk dan berdasarkan

kegunaannya. Menurut Kotler dan Keller (2016:391) klasifikasi produk di antaranya :

1) Klasifikasi Produk Berdasarkan Daya Tahannya

- a) *Nondurable goods* (Barang tidak tahan lama) *Are tangible goods normally consumed in one or a few uses, such as beer and shampoo.*
- b) *Durable goods* (Barang tahan lama) *Are tangible goods that normally survive many uses : refrigerators, machine tools, and clothing.*

2) Klasifikasi produk berdasarkan kegunaannya produk diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

a) Barang Konsumsi (*Consumers Goods*)

Barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dikonsumsi tanpa melalui proses lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut. Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kebutuhan konsumen akhir (individu dan rumah tangga), bukan untuk tujuan bisnis. Pada umumnya barang konsumen dibedakan menjadi empat jenis :

b) Barang Sehari-hari (*Convenience Goods*)

Produk sehari-hari adalah barang atau jasa yang biasa dibeli pelanggan dalam frekuensi tinggi, dalam waktu cepat dan untuk memperolehnya tidak membutuhkan upaya terlalu banyak. Karakteristik produk ini adalah konsumen dengan mudah berganti merek karena masyarakat sering memperoleh informasi baru dari berbagai media (radio, televisi, koran, dan lain-lain) dan harganya relatif murah.

Produk dalam penelitian ini meliputi segala jenis barang yang yang dibeli oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi (FKIP) di Universitas Jember pada aplikasi *Shopee* yang meliputi barang-barang kebutuhan pribadi. Sehingga produk yang dibeli oleh mahasiswa yaitu barang konsumsi yang meliputi barang-barang sehari-hari.

2. Harga (*Price*)

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:349) harga merupakan

sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut William J Stanton (Dalam Angipora, 2002:13) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Konsumen akan memilih harga yang paling baik diantara yang paling baik yang sudah ditawarkan oleh penjual yang berbeda. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya.

Kotler (2002:345) berpendapat bahwa indikator yang mencirikan harga adalah sebagai berikut:

- a) Keterjangkauan harga.
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c) Daya saing harga.
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat produksi.
- e) Harga mempengaruhi daya beli konsumen.
- f) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Agar dapat sukses memasarkan suatu barang ataupun jasa, penjual harus menetapkan harga suatu produk tersebut dengan tepat karena harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi penjual, sedangkan ketiga unsur lainnya yaitu produk, distribusi dan promosi yang dapat menyebabkan timbulnya biaya pengeluaran (Tjiptono, 2010:56).

Jika informasi terhadap harga produk dipaparkan dengan jelas, maka dapat menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan biasanya harga merupakan hal paling utama yang dilihat oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk baru, sedangkan yang kedua adalah barang yang akan dibelinya.

Harga produk yang fleksibel dan konsumen masih bisa menawarnya dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu produk tersebut, karena konsumen melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang diinginkannya.

Konsumen yang berorientasi pada harga akan mempertimbangkan berbelanja dengan harga terendah atau lebih rendah dari pada toko lain (Kotler dan Amstrong, 2008:350). Menurut Jarvenpaa dan Todd (2015), ketika berbelanja via *online*, konsumen tidak bisa benar-benar melihat ataupun memegang produk, ada ketidakyakinan dari konsumen akan barang yang ditampilkan di website akan konsisten dengan apa yang akan diterima nantinya. Dalam kondisi yang demikian, harga berperan dalam menentukan minat beli terhadap suatu produk (Kurniawan, 2015).

Harga termasuk salah satu faktor yang berhubungan positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen via internet, dimana harga bermain dalam keputusan pembelian. Ketika *browsing* di internet untuk melakukan pencarian, konsumen menggunakan harga sebagai penentu pertama dalam memutuskan pembelian, dan menentukan harga pada titik dimana harga tersebut dapat diterima atau masih dalam tahap rasional.

Harga dalam penelitian ini merupakan keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk yang dibeli pada aplikasi *Shopee*. Dimana harga barang yang dibeli pada aplikasi *Shopee* relatif lebih murah dari pada barang yang dibeli secara *offline* di toko-toko terdekat.

3. Distribusi (*Place*)

Definisi distribusi menurut Kotler dan Amstrong (2008:359) adalah tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari

distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

Saluran pemasaran adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir (Kotler dan Keller, 2016: 106).

Menurut Assauri (2012:118) Saluran distribusi atau penyaluran merupakan mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk dari titik produksi ke konsumen (dalam hal ini mungkin sebagai titik konsumsi). Saluran yang dipilih mempengaruhi semua keputusan pemasaran lainnya. Sistem saluran pemasaran adalah sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang system ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen (Kotler dan Keller, 2016:106).

Saluran distribusi dalam penelitian ini yaitu penyaluran yang dipergunakan untuk menyampaikan produk yang dibeli pada aplikasi *Shopee* dari produksi ke konsumen yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi penjualan adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan (Kotler dan Keller; 2016:219). Hal ini diperkuat oleh pendapat Assauri (2012:118) yang menjelaskan bahwa promosi, dapat menggunakan unsur-unsur komunikasi audio dan visual untuk pemasaran, dengan maksud memberikan suatu pesan bagi pasar.

Menurut Kotler dan Keller (2016:222) alat promosi konsumen utama adalah sebagai berikut :

- a) Sampel yaitu menawarkan sejumlah produk atau jasa gratis yang diantarkan dari pintu ke pintu, dikirim lewat surat, diambil di toko, ditempelkan ke produk lain atau ditampilkan dalam penawaran iklan.
- b) Kupon yaitu sertifikat yang membuat pemegangnya memiliki hak atas penghematan yang tertulis terhadap pembelian produk tertentu.
- c) Penawaran pengembalian dana tunai (rabat) yaitu memberikan penurunan harga setelah pembelian alih-alih di toko eceran.
- d) Kemasan harga (kesepakatan pengurangan harga) yaitu menawarkan konsumen menghemat harga regular produk.
- e) Premi (hadiah) yaitu barang-barang yang ditawarkan pada biaya relatif rendah atau gratis sebagai insentif untuk membeli produk tertentu.
- f) Program frekuensi yaitu program yang memberikan penghargaan yang berhubungan dengan frekuensi dan intensitas konsumen dalam membeli produk atau jasa perusahaan.
- g) Hadiah (kontes, undian, permainan) yaitu hadiah penawaran peluang untuk memenangkan uang tunai, perjalanan atau barang sebagai hasil pembelian sesuatu.
- h) Penghargaan *patronage* yaitu nilai dalam uang tunai atau bentuk lain yang sebanding dengan *patronage* vendor tertentu atau kelompok vendor.
- i) Percobaan gratis yaitu mengundang calon pembeli mencoba produk secara gratis dengan harapan mereka akan membeli.
- j) Garansi produk yaitu janji *eksplisit* atau *implisit* oleh penjual bahwa produk akan berkinerja dengan baik, jika tidak maka penjual akan memperbaikinya atau mengembalikan uang pelanggan sepanjang periode tertentu.
- k) Promosi terikat yaitu dua atau lebih merek atau perusahaan bermitra mengeluarkan kupon, pengembalian dana dan mengadakan kontes untuk meningkatkan daya tarik.
- l) Promosi silang yaitu menggunakan satu merek untuk mengiklankan merek lainnya yang tak bersaing.

m) Tampilan dan demonstrasi titik pembelian (P-O-P) yaitu tampilan dan demonstrasi yang dilakukan pada titik pembelian atau penjualan.

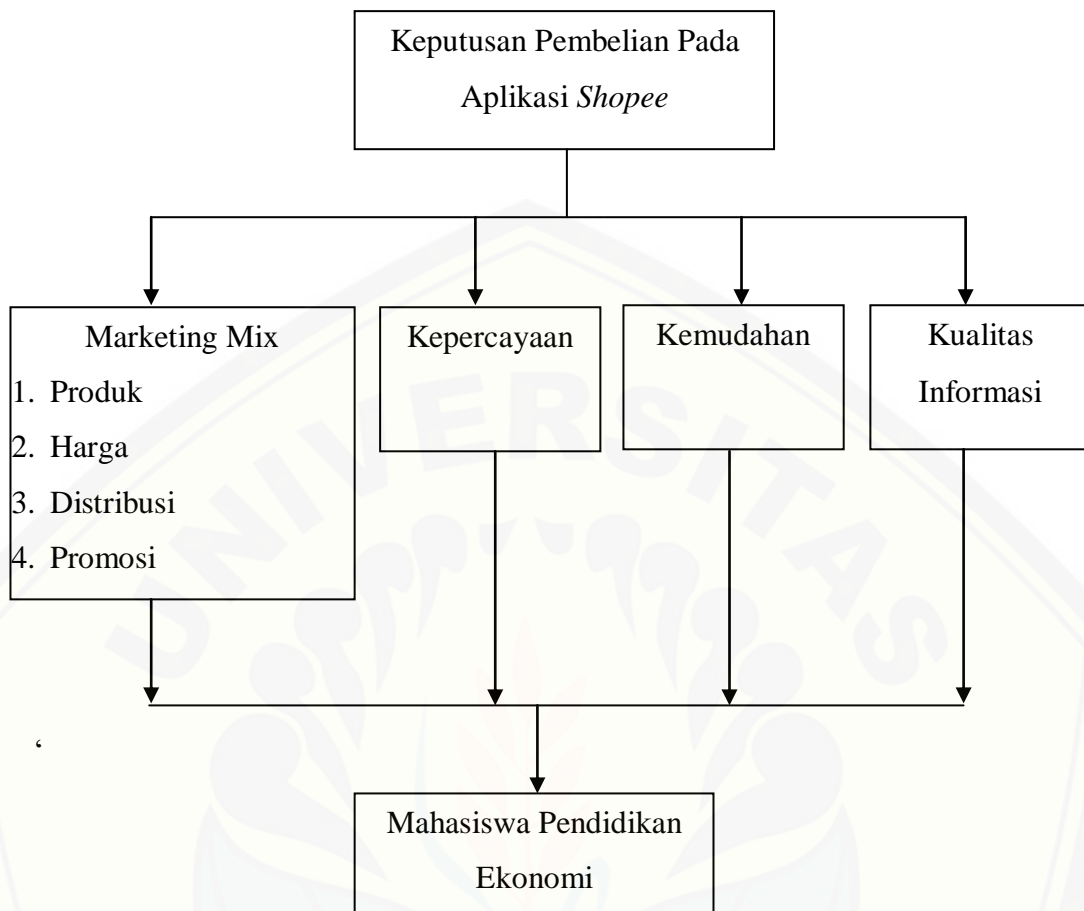
Promosi penjualan tampaknya akan sangat efektif jika digabungkan dengan iklan. Iklan adalah semua bentuk terbayar dari presentasi non pribadi dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor tertentu. Promosi dalam penelitian ini terdiri dari pemberian potongan harga dan kupon pada barang yang dibeli oleh konsumen yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada aplikasi *Shopee*.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas mengenai pengambilan keputusan pembelian, maka analisis pengambilan keputusan pembelian pada aplikasi *Shopee* yang terjadi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkatan 2018 dalam penelitian ini meliputi *marketing mix* (terdiri dari: produk, harga, distribusi, dan promosi), kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi.

2.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir dibuat untuk lebih mempermudah peneliti dalam memahami masalah yang diteliti. Kerangka pemikiran merupakan urutan logis dari pemikiran penelitian untuk memecahkan suatu masalah peneliti, yang dituangkan dalam bentuk bagan dengan penjelasan.

Dalam menganalisis penelitian kualitatif ini, peneliti akan mengetahui bagaimana konsumen melakukan pengambilan keputusan pembelian pada aplikasi *Shopee* yang terjadi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkatan 2018. Adapun gambaran kerangka berfikir teoritis pada gambar 2.3 sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber: Kotler (1999:222) dan Hardiawan (2013:10)

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa beberapa hal yang menyebabkan mahasiswa memutuskan untuk melakukan pembelian *online* dikarenakan adanya beberapa faktor yaitu produk, harga, tempat/distribusi, promosi, kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi. Produk dalam penelitian ini meliputi segala jenis barang yang yang dibeli oleh mahasiswa pada aplikasi *Shopee* meliputi barang-barang kebutuhan pribadi seperti, pakaian, tas, sepatu, jam tangan, dan lain-lain. Selain itu, produk yang dibeli pada aplikasi *Shopee* lebih beragam.

Harga dalam penelitian ini merupakan keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Unej angkatan 2018 untuk

mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk yang dibeli pada aplikasi *Shopee*. Dimana harga barang yang dibeli pada aplikasi *Shopee* relatif lebih murah dari pada barang yang dibeli secara *offline* di toko-toko terdekat. Untuk saluran distribusi dalam penelitian ini yaitu penyaluran yang dipergunakan untuk menyampaikan produk yang dibeli pada aplikasi *Shopee* dari produksi ke konsumen.

Promosi dalam penelitian ini terdiri dari pemberian potongan harga dan kupon pada barang yang dibeli oleh konsumen yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada aplikasi *Shopee*. Untuk kepercayaan dalam penelitian ini yaitu adanya rasa percaya yang dirasakan oleh konsumen untuk berbelanja pada aplikasi *shopee*. Hal ini dikarenakan pembelian pada aplikasi *Shopee* memiliki informasi yang jelas, tingkat keamanan yang terjamin dalam bertransaksi, serta adanya tanggung jawab dari pihak *shoppe* jika terdapat masalah berkaitan dengan produk yang dijual pada *online shop* yang ada di *shopee* tersebut.

Kemudahan dalam penelitian ini yaitu pembelian produk pada aplikasi *shopee* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dari perangkat *handphone*, serta dapat dengan mudah memilih barang-barang yang ingin dibeli. Sedangkan untuk kualitas informasi dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan oleh pihak *shopee* dalam merespon complain yang dilakukan oleh pihak konsumen. Adanya beberapa rangsangan pemasaran *online* tersebut menyebabkan banyak dari mahasiswa memutuskan untuk melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Dalam suatu penelitian, metode merupakan suatu landasan gerak yang memegang peranan penting dalam menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Metode penelitian adalah cara-cara yang ditempuh dalam suatu penelitian guna mencapai sasaran yang dikehendaki. Pada bab ini akan dijelaskan metode penelitian meliputi rancangan penelitian, metode penentuan lokasi penelitian, metode penentuan responden penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan pengecekan data.

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan permasalahan, tujuan serta kerangka pemikiran, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, yang mana peneliti sebagai instrumen kunci. Menurut Moleong (2016:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk pada aplikasi *Shopee*. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, sedangkan untuk menentukan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive*. Subyek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*. Informan pendukung dalam penelitian ini yaitu pemilik *online shop* di Kota Jember. Metode pengumpulan data terdiri dari: metode observasi, wawancara, dan dokumen. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilaksanakan dan memperoleh data informasi yang diperlukan. Pada penentuan lokasi penelitian ini menggunakan metode *purposive area*. Peneliti menggunakan metode ini karena dalam menentukan lokasi penelitian, peneliti secara sengaja memilih lokasi penelitian untuk tujuan penelitian tersebut. Lokasi penelitian ini dilakukan di gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan Universitas Jember, kabupaten Jember. Hal ini dikarenakan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian atau informan adalah orang yang mampu memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2012:97). Jumlah informan pada penelitian kualitatif tidak dapat ditentukan dalam suatu standart tertentu tetapi ditentukan berdasarkan informasi apa saja yang diperlukan oleh peneliti. Informan kunci atau subyek penelitian adalah orang yang memberikan informasi, menguasai, memahami obyek penelitian dan mampu menjelaskan secara rinci masalah yang diteliti (PPKI Unej 2016:62).

Jumlah Informan bisa berkembang sesuai dengan kelengkapan data yang dibutuhkan oleh peneliti kemudian dilanjutkan dengan teknik *snowbal method* yakni proses penentuan informasi berdasarkan informan sebelumnya tanpa menentukan jumlahnya secara pasti dengan menggali informasi terkait topik pada penelitian ini (Sutrisno, 2017: 48). Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember angkatan 2018 yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*. Informan pendukung dalam penelitian ini yaitu pemilik *online shop* di Kota Jember.

3.4 Definisi Operasional Konsep

3.4.1 Keputusan pembelian *Online*

Keputusan Pembelian *Online* merupakan suatu kondisi dimana konsumen yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember

memutuskan untuk melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee* dengan menggunakan media internet. Pada penelitian ini, keputusan pembelian *online* meliputi:

- a. *Marketing mix*
 - Produk (*product*)
 - Harga (*price*)
 - Distribusi (*place*)
 - Promosi (*promotion*).
- b. Kepercayaan (*trust*)
- c. Kemudahan (*ease of use*)
- d. Kualitas informasi (*information quality*)

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, yang pada umumnya tidak dapat diukur menggunakan satuan ukur, namun dapat menjabarkan kualitas dari obyek yang diteliti. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Bungin (2012: 129) terdapat dua sumber data yaitu:

1. Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli oleh peneliti. Data primer ini didapatkan melalui hasil pengamatan langsung dilapangan penelitian (observasi), wawancara yang dilakukan kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung sebagai pelengkap data primer yang digunakan dalam penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari dokumen-dokumen serta literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data adalah sumber atau asal data diperoleh pada penelitian yang dilakukan. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari:

1. Informan Utama

Informan utama dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember angkatan 2018 yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*.

2. Informan Tambahan

Informan tambahan dalam penelitian ini yaitu pemilik *online shop* di Kota Jember, serta dari sumber-sumber lain yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Metode Wawancara

Metode wawancara adalah suatu cara untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan hal yang ingin diteliti dengan cara tanya jawab langsung dengan orang yang diwawancarai. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara dan alat bantu *tape recorder* selama proses wawancara berlangsung. Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data tentang pengambilan keputusan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2018.

3.6.2 Metode Dokumen

Metode dokumen dilakukan dengan cara menelaah berbagai literatur serta dokumen-dokumen yang ada. Selain itu dengan adanya dokumen penelitian bisa mempermudah peneliti untuk melengkapi data yang masih dibutuhkan. Data dokumentasi foto informan utama dan informan tambahan saat melakukan wawancara, foto bukti penerimaan barang, serta foto pada saat mencari informasi *online shop*.

3.7 Metode Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Gunawan, 2014: 210) analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan. Tujuan analisis data adalah untuk mengungkapkan data yang harus diuji, kesalahan apa yang harus diperbaiki, metode apa yang digunakan, serta data apa saja yang harus dicari kembali. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif.

Penelitian deskriptif kualitatif diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat subjek, apa adanya sesuai dengan pertanyaan peneliti. Kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa saja yang melatar belakangi subjek berperilaku (berpikir, berperasaan, dan bertindak) seperti itu. Menurut Miles dan Huberman (2011:247) langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk menganalisis data penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

3.7.1 Reduksi data (*Data Reduction*)

Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum. Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumen memiliki jumlah yang banyak sehingga perlu adanya sebuah kegiatan merangkum hal-hal pokok yang memfokuskan pada sesuatu yang penting sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan memilih data yang dianggap perlu dan sesuai tema penelitian yang dikaji, yaitu dari wawancara dan dokumen mengenai Pengambilan Keputusan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember angkatan 2018.

3.7.2 Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data adalah menyusun data yang telah direduksi agar tersusun dengan rapi dan sistematis sehingga membentuk suatu tahapan-tahapan yang mudah untuk dipahami. Penyajian data dalam penelitian ini menguraikan faktor yang mendasari mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu

Pendidikan Universitas Jember angkatan 2018 memutuskan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*.

3.7.3 Verifikasi data (*Data Verification*)

Verifikasi data merupakan kesimpulan dari keseluruhan penyajian data yang telah dilakukan tadi. Kesimpulan dalam penelitian diharapkan dapat menemukan suatu temuan yang baru yang belum pernah ada sehingga dapat menjelaskan sesuatu yang masih rancu menjadi lebih jelas. Kesimpulan dari penelitian kualitatif dapat berupa deskriptif dari objek dan subjek yang diteliti. Kesimpulan dalam penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan alasan yang mendasari pengambilan keputusan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pengambilan keputusan pembelian pada aplikasi *Shopee* (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkata 2018) meliputi *marketing mix* (produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi), kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi. Produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi pengambilan keputusan pembelian dalam penelitian ini meliputi kualitas produk yang lebih bagus dari pada toko *offline*, produk yang dijual lebih bervariasi dan lengkap.

Untuk harga yang menjadi pengambilan keputusan pembelian dalam penelitian ini yaitu harga pada aplikasi *Shopee* yang ditawarkan lebih murah daripada *offline*. Untuk tempat/distribusi yang menjadi pengambilan keputusan pembelian pada aplikasi *Shopee* dalam penelitian ini meliputi memilih saluran distribusi yang terpercaya, cepat, dan aman, seperti JNE dan JNT. Untuk promosi pada aplikasi *Shopee* yang menjadi pengambilan keputusan ditunjukkan oleh adanya promosi pada produk baru, promosi potongan harga produk, dan promosi biaya ongkir.

Untuk kepercayaan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh percaya pada janji aplikasi *Shopee*, percaya pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*, percaya pada pengiriman produk yang dilakukan oleh pihak *online shop* pada aplikasi *Shopee*, dan akan terus bertransaksi dengan aplikasi *Shopee*. Untuk kemudahan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh fleksibel, yaitu pembelian produk pada aplikasi *shopee* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dari perangkat *handphone* dan dapat dengan mudah memilih barang-barang yang ingin dibeli. Dan untuk kualitas informasi dalam penelitian ini ditunjukkan oleh berkaitan dengan produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan oleh pihak *shopee* dalam merespon complain yang dilakukan oleh pihak konsumen, serta

Memiliki preferensi utama pada produk berkaitan dengan testimony konsumen lain yang sudah melakukan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka beberapa saran dapat diberikan kepada pihak terkait yaitu:

1. Bagi pihak *online shop* pada aplikasi *Shopee*, hendaknya untuk lebih menganeekaragamkan produk yang dijual, serta untuk sering memberikan potongan harga dan bebas ongkir.
2. Bagi pihak ekspedisi, untuk terus mempertahankan kinerja dalam pengiriman agar barang dapat dengan sampai secara tepat waktu.
3. Bagi konsumen, untuk membaca deskripsi barang yang dijual *online* pada aplikasi *Shopee* secara teliti.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Assauri, S. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian. Bandung: Alfabeth.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, B. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Davis, F.D, 1985. *Perceived Use Full Ness, Perceived Ease of Use and User Acceptence of Information Tecnologi*. MISS Kwartierly. Vol 13 No 3 Hal 319-340.
- Gunawan, H. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Bandung: Alfabeta
- Kottler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas*. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: PT. Prentallindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid kesatu. Edisi ketiga. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran (Edisi Milinium)*. Jakarta : Prehalindo.
- Kotler, P. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moloeng, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.

Ryan Nelson., & Peter A. Todd. 2002. *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication*. MIS Quarterly. Vol 16:227-250.

Sarwono, J. Dan Prihartono, K. 2012. *Perdagangan Online: Cara bisnis di Internet*. Jakarta: Elex Media Koputindo

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2009. *Consumer Behavior, eight edition*. New Jersey: Pearson Education

Roger J. Best dan Kennet A. Coney 1992. *Customer Behavior Implications for Marketing Strategy*. Sydney:

Turban, et. al. 2005. *Sistem Pengambilan Keputusan Berbasis Online*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran*, EDISI 3, ANDI: Yogyakarta.

Universitas Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Badan Penerbit Universitas Jember.

Yazid, 2008. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)* Yogyakarta : Ekonosia

Skripsi

Aulia, A. 2015. *Analisis Keputusan Pembelian Produk Outdoor Merek Eiger Pada aplikasi Shopee Di Kota Makasar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanudin)*. Universitas Hasanudin Makasar.

Gusmawarni, HRP. 2017. *Analisis Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Hardiawan. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online (studi pada pengguna situs jual beli online tokobagus.com)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Rujukan Lain

Aditya. 2017. Cara Berbelanja Online. <http://www.famosastudio.com/cara-berbelanja>. [Diakses pada 20 Februari 2020]

- Ahmadi. 2015. Perbedaan Belanja *Online* dan Belanja *Offline*. <https://www.kaskus.co.id/thread/perbandingan-belanja-di-toko-online-vs-toko-offline>. [Diakses pada 20 Februari 2020].
- Drajat. 2018. Kumpulan Toko *Online* Populer di Indonesia. <https://id.techinasia.com/toko-online-populer-di-indonesia>. [Diakses pada 31 Januari 2020]
- Hadijah, S. 2018. Cara aman dan mudah transaksi via *online*. <https://www.cermati.com/artikel/cara-aman-dan-mudah-transaksi-via-online>. [Diakses pada 27 Desember 2019]
- Imron. 2016. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/11/proses-pengambilan-keputusan-pembelian-online.html>. [Diakses pada 27 November 2019].
- Indah. 2014. Produk-Produk yang Dijual *Online*. <https://strategi.id/11-produk-yang-di-cari-konsumen-belanja-online/>. [Diakses pada 31 Januari 2020]
- Kurniawan. 2015. Strategi Pemasaran <http://www.pemasaran.site/2015/10/pemasaran-dan-perilaku-konsumen.html>. [Diakses pada 27 November 2019]
- Septian. 2009. Managemen Bisnis. <http://danidena.blogspot.co.id/2009/10/konsep-dasar-perilaku-konsumen.html>. [Diakses pada 27 November 2019]
- Setiadi. 2015. Tips Membeli Barang *Online*. <https://dailysocial.id/post/tips-membeli-barang-online/>. [Diakses pada 20 Februari 2020]
- Wahyuni, K. 2017. Jasa Pengiriman Barang. <https://highlight.id/jasa-antar-barang/>. [Diakses pada 20 Februari 2020]

Lampiran A

MATRIK PENELITIAN

Judul	Rumusan Masalah	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi <i>Shopee</i> oleh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018	Bagaimana Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi <i>Shopee</i> oleh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Tahun Angkatan 2018	1. Keputusan Pembelian Pada Aplikasi <i>Shopee</i>	1. <i>Marketing mix</i> (4P) 2. Kepercayaan 3. Kemudahan 4. Kualitas informasi	1. Informan Utama: - Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember tahun angkatan 2018 2. Informan Tambahan: - Pemilik salah satu <i>online shop</i> di Kota Jember	1. Metode penentuan daerah dengan metode <i>purposive area</i> 2. Metode penentuan subjek dengan metode <i>purposive</i> 3. Metode pengumpulan data: - Metode wawancara - Metode dokumen 4. Analisis data: - Reduksi - Penyajian data - <i>Verification</i>

Lampiran B**TUNTUNAN PENELITIAN****1. Tuntunan Wawancara**

No.	Data yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
1.	Aktivitas dalam sehari-hari	Informan utama
2.	Alasan berbelanja pada aplikasi <i>Shopee</i>	Informan utama
3.	Keputusan pembelian pada aplikasi <i>Shopee</i>	Informan utama

2. Tuntunan Dokumen

No.	Data yang Ingin Diperoleh	Sumber Data
1.	Profil umum Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember	Internet
2.	Aktivitas saat berbelanja produk pada aplikasi <i>Shopee</i>	Informan utama

Lampiran C**PEDOMAN WAWANCARA****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama :
Usia :
Tahun Angkatan :
Semester :
Alamat Kos :

1. Berapa kali anda melakukan pembelian *online*?
2. Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

A. Produk

3. Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
4. Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee*?
5. Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?
6. Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?
7. Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?
8. Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
9. Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee* tersebut?
10. Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?

11. Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?

B. Harga

12. Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?

13. Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

14. Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

15. Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

16. Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?

C. Tempat/Distribusi

17. Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

18. Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?

19. Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

D. Promosi

20. Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online* pada aplikasi *Shopee*?

21. Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?

22. Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* tersebut?

23. Selama anda menggunakan layanan *online shop* pada aplikasi *Shopee*, adakah kendala yang anda alami?

24. Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?

Lampiran D**PEDOMAN WAWANCARA****Pedoman wawancara untuk Informan Tambahan**

Nama :
Usia :
Fakultas :
Semester :
Alamat :

1. Bagaimana pendapat anda tentang *online shopping*?
2. Sudah berapa lama anda berjualan pada aplikasi *Shopee*?
3. Apa yang melatarbelakangi anda berjualan *online*?
4. Produk apa sajakah yang anda jual *online*?
5. Apakah anda hanya berjualan pada aplikasi *Shopee* saja? atau mungkin juga berjualan secara *offline*? jika iya, produk apa saja yang anda jual secara *offline*?
6. Darimana saja produk yang anda jual *online* tersebut?
7. Bagaimanakah kualitas produk yang anda jual tersebut?
8. Bagaimanakah tentang harga yang anda bandrol dari produk yang anda jual tersebut?
9. Bagaimana perbandingan harga dari barang yang anda jual *online* dengan toko lain baik *online* maupun *offline*?
10. Apakah anda pernah memberikan promosi dari produk yang anda jual?
11. Promosi apakah yang pernah anda lakukan?
12. Bagaimana respon konsumen terhadap promosi yang anda berikan tersebut?
13. Bagaimana cara anda mengirimkan barang-barang yang anda jual pada aplikasi *Shopee*?
14. Melalui apa sajakah anda mengirim barang-barang tersebut?
15. Apakah keuntungan dari berjualan *online*?
16. Kendala apa sajakah yang anda rasakan dari berjualan *online*?

Lampiran E.1**TRANSKRIP WAWANCARA 1****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama : Dewi Nur Sofianti (SF)
Usia : 22 Tahun
Tahun Angkatan : 2018
Semester : Semester 4
Alamat Kos : Jalan Kalimantan No. 58

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mbak, maaf mengganggu waktunya...
Informan Utama : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?
Peneliti : Iya mbak, saya ingin menanyakan kepada mbak, berkaitan dengan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mbak.
Informan Utama : Iya mas...
Peneliti : Berapa kali anda melakukan pembelian *online* pada aplikasi *Shopee*?
Informan Utama : lebih dari 3 kali
Peneliti : Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
Informan Inti : Pertama karena barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut, dan yang kedua pada toko *online* biasanya lebih murah.

A. Produk

- Peneliti : Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Keperluan pribadi maupun keperluan kuliah saya mas, seperti baju-baju dan beberapa buku
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Sangat lengkap mas, karena barang-barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut.
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Barang yang dijual di *online* sudah cukup berkualitas mas menurut saya, karena pada pembelian *online* kan terdapat foto dari produk, nah kebanyakan barang-barang yang dijual tersebut riil pic, sehingga menurut saya sudah cukup berkualitas.
- Peneliti : Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?
- Informan Inti : Selama ini saya belum pernah mengalami mas, tetapi jika hal tersebut terjadi, maka kita dapat komplain pada pihak toko dan pihak toko biasanya akan mengganti barang atau mengembalikan barang.
- Peneliti : Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Iya mas, walaupun ada beberapa toko yang terkadang tidak sesuai dengan barang yang tertera.
- Peneliti : Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Lebih praktis dan bisa lebih hemat mas, karena harga pada *online shop* biasanya lebih murah.

Peneliti : Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : sudah mas, saya mendapatkan informasi biasanya dari teman, terkadang juga saya memperoleh informasi dari media sosial.

Peneliti : Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Jika beli *online* pada aplikasi *Shopee* lebih lengkap dan tidak ribet mas karena semua produk bisa mencari di katalog yang ada tidak perlu muter-muter di toko satu ke toko yang lain. Dan yang paling membuat saya tertarik yaitu harganya lebih murah, dan sering terdapat potongan harga barang maupun potongan biaya ongkos kirim.

Peneliti : Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Baju-baju gitu mas.

B. Harga

Peneliti : Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* lebih murah mas. Bahkan ada yang hampir 2 kali lipat dari harga *online*, seperti harga heatset di konter ada yang harganya hanya separo dari harga di *online*.

Peneliti : Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

Informan Inti : Iya mas.

Peneliti : Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Saya sering membeli *online* di *Shopee* mas, dan pembayarannya saya biasanya melalui indomaret mas.

Peneliti : Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Terjangkau mas, apalagi sering terdapat potongan biaya kirim, jadi sangat memuaskan mas.

Peneliti : Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada mas, pada saat pembelian *online* biasanya harganya lebih murah.

C. Tempat/Distribusi

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Saluran distribusi yang digunakan cukup memuaskan mas, karena respon pihak *online shop* maupun pihak ekspedisi yang digunakan cukup cepat, dan pengirimannya juga sesuai dengan tanggal estimasi.

Peneliti : Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : *Shopee*

Peneliti : Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

Informan Inti : Terkadang pengirimannya lama mas

D. Promosi

Peneliti : Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online*?

- Informan Inti : Tentu saja mas.
- Peneliti : Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Promosi yang sering saya dapat itu adalah promosi barang-barang baru, potongan harga, potongan biaya ongkir. Dan tentu saja ini yang membuat saya sangat tertarik untuk melakukan pembelian *online*
- Peneliti : Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Sangat puas mas.
- Peneliti : Selama anda menggunakan layanan *online shop*, adakah kendala yang anda alami?
- Informan Inti : Kendala yang biasa saya alami tersebut itu biasanya pada pengirimannya mas, terkadang lama jika sudah overload seperti jika mendekati hari raya.
- Peneliti : Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?
- Informan Inti : Biasanya saya komplain pada *online shop* yang berkaitan mas.
- Peneliti : Terimakasih mbak, atas waktu dan informasinya
- Informan Utama ; Sama-sama mas...

Lampiran E.2**TRANSKRIP WAWANCARA 2****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama : Mohammad Daenul Haq (MD)
Usia : 21 Tahun
Tahun Angkatan : 2018
Semester : Semester 4
Alamat Kos : Jalan Bangka 2 No. 13

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mas, maaf mengganggu waktunya...
Informan Utama : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?
Peneliti : Iya mas, saya ingin menanyakan kepada mas, berkaitan dengan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mas.
Informan Utama : Iya mas...
Peneliti : Berapa kali anda melakukan pembelian *online* pada aplikasi *Shopee*?
Informan Utama : lebih dari 5 kali
Peneliti : Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
Informan Inti : Barang yang biasanya saya butuhkan jika tidak ada di *offline* biasanya ada di *online* mas. Selain itu, pada toko *online* biasanya lebih upgrade

A. Produk

- Peneliti : Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Keperluan sehari-hari mas, seperti pakaian dan asesoris
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Lebih lengkap mas daripada toko *offline* dan juga lebih bervariasi. Misal di toko *offline* size yang saya cari tidak ada, biasanya di toko *online* ada.
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Menurut saya barang-barang di toko *online* lumayan berkualitas mas, sejauh ini sesuai dengan ekspektasi saya.
- Peneliti : Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?
- Informan Inti : Saya pernah mengalami kesalahan warna pada barang yang saya beli mas, waktu itu saya beli *headset*, tetapi yang dikirim beda warna dari yang saya pesan karena warna yang saya pesan habis sehingga toko *online* tersebut mengirim random.
- Peneliti : Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Iya mas sudah sesuai mas, walaupun ada beberapa toko yang terkadang tidak sesuai dengan barang yang tertera.
- Peneliti : Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Lebih praktis dan bisa lebih hemat mas, karena harga pada *online shop* biasanya lebih murah.

Peneliti : Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online* shop pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : sudah mas, saya mendapatkan informasi komentar atau ulasan dari produk *online* yang hendak saya beli.

Peneliti : Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Jika beli *online* lebih lengkap dan tidak ribet mas karena semua produk bisa mencari di katalog yang ada tidak perlu muter-muter di toko satu ke toko yang lain. Dan yang paling membuat saya tertarik yaitu harganya lebih murah, dan sering terdapat potongan harga barang maupun potongan biaya ongkos kirim.

Peneliti : Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Baju-baju gitu mas.

B. Harga

Peneliti : Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Jauh lebih murah mas, makanya itu saya lebih suka membeli pada aplikasi *Shopee* mas.

Peneliti : Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

Informan Inti : Iya mas.

Peneliti : Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Saya sering membeli *online* di *Shopee* mas, dan pembayarannya saya biasanya melalui indomaret mas.

Peneliti : Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Terjangkau mas, apalagi sering terdapat potongan biaya kirim, jadi sangat memuaskan mas.

Peneliti : Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada mas, pada saat pembelian *online* biasanya harganya lebih murah.

C. Tempat/Distribusi

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Cukup memuaskan mas, karena pengiriman yang sesuai dengan estimasi, hanya saja terkadang ada barang yang nyasar sampai kota lain mas,, yaaa walaupun nantinya bakal sampai ke tangan pemilik tetapi waktunya agak lama.

Peneliti : Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : JNE dan JNT

Peneliti : Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

Informan Inti : Terkadang pengirimannya lama mas

D. Promosi

Peneliti : Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online*?

Informan Inti : Tentu saja mas.

Peneliti : Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Promosi yang sering saya terima itu potongan harga, bahkan terkadang free ongkir.

- Peneliti : Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Sangat puas mas.
- Peneliti : Selama anda menggunakan layanan *online shop*, adakah kendala yang anda alami?
- Informan Inti : Kendala yang biasa saya alami tersebut itu biasanya pada pengirimannya mas, terkadang lama jika sudah *overload* seperti jika mendekati hari raya.
- Peneliti : Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?
- Informan Inti : Biasanya saya komplain pada *online shop* yang berkaitan mas.
- Peneliti : Terimakasih mas, atas waktu dan informasinya
- Informan Utama ; Sama-sama mas...

Lampiran E.3**TRANSKRIP WAWANCARA 3****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama : Sofar Wati (SW)
Usia : 20 Tahun
Tahun Angkatan : 2018
Semester : Semester 4
Alamat Kos : Jalan Belitung 2 No. 28

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mbak, maaf mengganggu waktunya...
Informan Utama : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?
Peneliti : Iya mbak, saya ingin menanyakan kepada mbak, berkaitan dengan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mbak.
Informan Utama : Iya mas...
Peneliti : Berapa kali anda melakukan pembelian *online* pada aplikasi *Shopee*?
Informan Utama : Akhir-akhir ini sekitar 5-6 kali
Peneliti : Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
Informan Inti : Karena lebih hemat waktu, lebih efektif dan efisien.

A. Produk

- Peneliti : Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Fashion wanita seperti tas, baju, dan lain-lain.
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Menurut saya sudah lengkap mas.
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Ada yang kualitasnya memang baik yang sesuai dengan deskripsi dari gambar dan ada juga yang tidak sesuai mas, bahkan ada yang beda jauh dengan gambar dan deskripsi yang tertera. Jika tidak sesuai tersebut tentu saja kualitas buruk mas, karena biasanya barang yang dijual juga lebih jelek dari deskripsi. Tetapi selama ini saya memperoleh barang yang berkualitas dan sesuai dengan deskriptif.
- Peneliti : Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?
- Informan Inti : Selama ini belum pernah mengalami kerugian, yang pernah itu ketika beli barang tetapi barangnya kosong, dan dari pihak *online shop* pada aplikasi *Shopee* menggantinya seperti mengembalikan uang yang sudah saya bayar.
- Peneliti : Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Iya mas, walaupun ada beberapa toko yang terkadang tidak sesuai dengan barang yang tertera. Tetapi selama ini saya membeli barang di *online shop* sesuai dengan gambar

mas, karena sebelum membeli saya mengamati deskripsi barang secara rinci terlebih dahulu.

Peneliti : Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Lebih praktis, efisien, dan bisa lebih hemat mas, karena harga pada *online shop* biasanya lebih murah.

Peneliti : Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : sudah mas, saya mendapatkan informasi biasanya dari teman, terkadang juga saya memperoleh informasi dari media sosial.

Peneliti : Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Kalo menurutku kalo beli *online* lebih hemat waktu, lebih lengkap dan lebih murah. Akan tetapi jika beli *offline* juga terdapat kelebihanannya mas, kita bisa mengetahui ukuran, bahan yang digunakan.

Peneliti : Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Baju-baju gitu mas.

B. Harga

Peneliti : Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Harga barang-barang di *online* pada aplikasi *Shopee* jauh lebih murah mas. Soalnya kadang yang jual *offline* banyak yang nyetok barang di *online*.

Peneliti : Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

Informan Inti : Iya mas.

Peneliti : Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Saya sering membeli *online* pada aplikasi *Shopee* mas, dan pembayarannya biasanya transfer ATM.

Peneliti : Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Saya tidak memperhitungkan ongkir mbak, karena jika ada barang yang saya inginkan walaupun ongkir mahal biasanya tetap saya beli..

Peneliti : Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada mas, pada saat pembelian *online* biasanya harganya lebih murah.

C. Tempat/Distribusi

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Cukup memuaskan mas, karena respon pada *online shop* cukup cepat.

Peneliti : Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : Jika pembelian dari *Shopee* biasanya menggunakan JNE dan JNT mas.

Peneliti : Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

Informan Inti : Terkadang pengirimannya lama mas, pernah aku mas pengiriman melalui pos dan ampek berbulan-bulan.

D. Promosi

- Peneliti : Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Tentu saja tertarik mas, justru karena adanya promosi yang dilakukan oleh pihak *online shop* yang menyebabkan saya tertarik untuk melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*.
- Peneliti : Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Diskon harga produk dan gratis ongkir mas
- Peneliti : Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Sangat puas mas.
- Peneliti : Selama anda menggunakan layanan *online shop* pada aplikasi *Shopee*, adakah kendala yang anda alami?
- Informan Inti : Kendala yang biasa saya alami tersebut itu biasanya pada pengirimannya mas, terkadang lama jika sudah *overload* seperti jika mendekati hari raya.
- Peneliti : Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?
- Informan Inti : Biasanya saya komplain pada *online shop* yang berkaitan mas.
- Peneliti : Terimakasih mbak, atas waktu dan informasinya
- Informan Utama ; Sama-sama mas...

Lampiran E.4**TRANSKRIP WAWANCARA 4****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama : Fabian Putra Tama (FP)
Usia : 22 Tahun
Tahun Angkatan : 2018
Semester : Semester 4
Alamat Kos : Jalan Sumatera 07 No. 59

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mas, maaf mengganggu waktunya...
Informan Utama : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?
Peneliti : Iya mas, saya ingin menanyakan kepada mas, berkaitan dengan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mas.
Informan Utama : Iya mas...
Peneliti : Berapa kali anda melakukan pembelian *online* pada aplikasi *Shopee*?
Informan Utama : Saya sering melakukan pembelian *online* mas, sekitar lebih dari 5 kali akhir-akhir ini
Peneliti : Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
Informan Inti : Saya memutuskan membeli di *online* karena barang ,ebih lengkap dan beragam, lebih murah, lebih mudah, tidak capek karena pemesanan lewat HP apalagi sekarang ada yg

COD jadi tidak perlu susah-susah ke ATM dan lebih aman, serta lebih murah mas.

A. Produk

Peneliti : Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Biasanya keperluan pribadi mas, seperti baju-baju

Peneliti : Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Sangat lengkap mas, karena di *online shop* terdapat berbagai toko yang otomatis lebih lengkap. Selain itu pada *online shop* terdapat berbagai ukuran baju yang terkadang di toko tidak ada.

Peneliti : Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Menurut saya cukup berkualitas mas, karena selama ini barang yang saya pesan sesuai dengan gambar yang tertera, yaaa walaupun terkadang ada yang tidak sesuai gambar, jadi jika membeli barang di *online shop* harus cermat dalam membaca deskripsi barang mas.

Peneliti : Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?

Informan Inti : Selama ini saya belum pernah mengalami mas, tetapi biasanya jika barang yang dikirim salah dan rusak dalam artian rusak dari awal bukan dari ekspedisinya, biasanya pihak *online shop* siap mengganti mbak..

Peneliti : Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?

- Informan Inti : Biasanya iya mas, walaupun ada beberapa barang yang biasanya kurang sesuai dengan gambar yang tertera.
- Peneliti : Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Lebih praktis, lebih murah, dan bisa memilih berbagai jenis barang mas..
- Peneliti : Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Sudah mas, saya memeproleh informasinya yaaa dari deskripsi barang yang dijual tersebut mas, karena pada deskripsi tersebut lebih lengkap mas, seperti ukuran, bahan yang digunakan.
- Peneliti : Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?
- Informan Inti : Kalo dari jenis model dan bahan sama saja mas, Cuma yang membedakan itu adalah harga dan kemudahan mas. Akan tetapi jika membeli barang secara *offline* keuntungannya kita bisa mengetahui secara langsung bahan pakaian yang digunakan serta memilih ukuran baju menjadi lebih mudah.
- Peneliti : Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Biasanya berupa baju mas, tapi pernah juga saya membeli heatset di *online shop* mas.

B. Harga

- Peneliti : Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Lebih murah mas.
- Peneliti : Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

- Informan Inti : Iya mas.
- Peneliti : Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Karena saya lebih sering membeli di *lazada* dan barang yang saya beli barang-barang produk lokal, jadi saya lebih sering pembayaran lewat COD mas, karena lebih aman.
- Peneliti : Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Biaya ongkos kirim sangat terjangkau mas, untuk *Lazada* biasanya hanya sekitar 9 – 20 ribu bahkan barang impor hanya sekitar 30 ribuAN, apalagi sering terdapat potongan biaya kirim, jadi sangat terjangkau mas.
- Peneliti : Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?
- Informan Inti : Ada mas, pada saat pembelian *online* biasanya harganya lebih murah.

C. Tempat/Distribusi

- Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Cukup memuaskan mas, karena respon pada *online shop* cukup cepat.
- Peneliti : Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Saya lebih sering melakukan pembelian pada *Shopee* mas, karena *online shop* tersebut menggunakan saluran distribusi yang cepat dan aman seperti JNE dan JNT yang pengirimannya selalu tepat waktu pada hari biasa.
- Peneliti : Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

Informan Inti : Terkadang pengirimannya lama mas apalagi jika mendekati lebaran, karena *overload* mas

D. Promosi

Peneliti : Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online*?

Informan Inti : Tentu saja tertarik mas, justru saya melakukan pembelian *online* jika pas ada promosi mas, jika hari-hari biasa tidak ada promosi saya tidak pernah beli *online* mas.

Peneliti : Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Yang sering saya terima itu gratis ongkir dan potongan harga pada barang biasanya *flash sale*

Peneliti : Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* tersebut?

Informan Inti : Sangat puas mas.

Peneliti : Selama anda menggunakan layanan *online shop*, adakah kendala yang anda alami?

Informan Inti : Kendala yang biasa saya alami tersebut itu biasanya pada pengirimannya mas, terkadang lama jika sudah *overload* seperti jika mendekati hari raya.

Peneliti : Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?

Informan Inti : Biasanya saya komplain pada *online shop* yang berkaitan mas.

Peneliti : Terimakasih mas, atas waktu dan informasinya

Informan Utama ; Sama-sama mas...

Lampiran E.5**TRANSKRIP WAWANCARA 5****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama : Mohammad Dimas Rizky Ramadhan (MR)
Usia : 21 Tahun
Tahun Angkatan : 2018
Semester : Semester 4
Alamat Kos : Jalan Bangka 02 No. 13

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mas, maaf mengganggu waktunya...
Informan Utama : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?
Peneliti : Iya mas, saya ingin menanyakan kepada mas, berkaitan dengan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mas.
Informan Utama : Iya mas...
Peneliti : Berapa kali anda melakukan pembelian *online* pada aplikasi *Shopee*?
Informan Utama : Cukup sering mas, dalam 2 bulan ini saya sudah membeli *online* lebih dari 6 kali
Peneliti : Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?
Informan Inti : Pertama karena barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut, dan yang kedua pada toko *online* biasanya lebih murah.

A. Produk

- Peneliti : Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Produk yang biasanya saya beli pada aplikasi *Shopee* biasanya berupa baju-baju dan perlengkapan barang elektronik mas seperti casing HP, ces, *heatset*, dan lain-lain
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop*?
- Informan Inti : Sangat lengkap mas, karena barang-barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut. Sleian itu, saya juga bisa memilih barang-barang yang lebih beranekaragam di *online shop*
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Sudah cukup berkualitas mas, karena barang yang dijual sudah sesuai dengan deskripsi dan gambar yang tertera.
- Peneliti : Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?
- Informan Inti : Iya mas, saya pernah membeli *heatset* di salah satu *online shop*, dan ternyata barang g bisa dipake mbak, waktu barang saya kembalikan pihak *online shop* mengganti dengan barang yang baru mas.
- Peneliti : Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Iya mas, walaupun ada beberapa toko yang terkadang tidak sesuai dengan barang yang tertera.

Peneliti : Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Beberapa keuntungan belanja dengan *online shop* selain lebih murah dan praktis karena cukup melakukan pemesanan lewat HP dimana saja dan kapan saja, juga dapat membeli berbagai jenis barang, karena pada *online shop* menjual berbagai jenis barang yang tidak ada pada toko *offline* dalam 1 toko.

Peneliti : Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Sudah mas, saya biasanya cukup membaca di deskripsi barang yang dijual mas.

Peneliti : Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Jika dari segi model dan bahan yang digunakan pada baju yang digunakan biasanya sama mas, tetapi perbedaannya ada pada harga, untuk *online shop* biasanya lebih murah daripada *offline*, dan juga pada *online* terdapat ongkir mas walaupun ongkirnya masih terjangkau.

Peneliti : Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Baju-baju dan perlengkapan barang elektronik mas

B. Harga

Peneliti : Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Lebih murah mas.

Peneliti : Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

Informan Inti : Iya mas.

Peneliti : Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Terkadang saya membayar lewat ATM terkadang COD mas.

Peneliti : Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Biaya ongkos kirim sangat terjangkau mas, apalagi sering terdapat potongan biaya kirim bahkan sering ada jadi *free* ongkir, jadi sangat menguntungkan mas.

Peneliti : Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada mas, pada saat pembelian *online* biasanya harganya lebih murah.

C. Tempat/Distribusi

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Cukup memuaskan mas, karena respon pada *online shop* cukup cepat.

Peneliti : Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : Saya lebih sering membeli di *Shopee* karena pengirimannya selalu tepat waktu dan aman mas.

Peneliti : Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

Informan Inti : Kendala yang sering saya alami ada pada lama pengiriman mas

D. Promosi

- Peneliti : Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Tentu saja mas, jika tidak ada promosi pada *online shop* mungkin saya tidak akan tertarik melakukan pembelian *online* mas, saya akan memilih membeli di toko-toko terdekat saja.
- Peneliti : Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Yang sering saya terima itu gratis ongkir, dan potongan harga pada *flash sale*
- Peneliti : Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Sangat puas mas.
- Peneliti : Selama anda menggunakan layanan *online shop*, adakah kendala yang anda alami?
- Informan Inti : Kendala yang biasa saya alami tersebut itu biasanya pada pengirimannya mas, terkadang lama jika sudah *overload* seperti jika mendekati hari raya.
- Peneliti : Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?
- Informan Inti : Biasanya saya komplain pada *online shop* yang berkaitan mas.
- Peneliti : Terimakasih mas, atas waktu dan informasinya
- Informan Utama ; Sama-sama mas...

Lampiran E.6**TRANSKRIP WAWANCARA 6****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama : Serly Puspita Sari (SP)
Usia : 20 Tahun
Tahun Angkatan : 2018
Semester : Semester 4
Alamat Kos : Jalan Kalimantan 10

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mbak, maaf mengganggu waktunya...

Informan Utama : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?

Peneliti : Iya mbak, saya ingin menanyakan kepada mbak, berkaitan dengan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mbak.

Informan Utama : Iya mas...

Peneliti : Berapa kali anda melakukan pembelian *online* pada aplikasi *Shopee*?

Informan Utama : Cukup sering mas, akhir-akhir ini sekitar lenih dari 5 kali

Peneliti : Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Karena barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut, dan pada toko *online* biasanya lebih murah, selain itu pada toko *online* lebih beragam barang-barang yang dijual.

A. Produk

- Peneliti : Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Saya sering beli *online* biasanya baju-baju, tas, kosmetik, dan perlengkapan sehari-hari
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Sangat lengkap mas, karena barang-barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut.
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Menurut saya barang-barang yang dijual pada *online shop* tersebut cukup berkualitas mbak, walaupun harganya lebih murah dari *offline* tetapi kualitas tetap bagus mbak, barang yang dijual mayoritas sesuai dengan gambar dan deskripsi yang tertera.
- Peneliti : Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?
- Informan Inti : Selama ini saya belum pernah mengalami mas, tetapi jika hal tersebut terjadi, maka kita dapat komplain pada pihak toko dan pihak toko biasanya akan mengganti barang atau mengembalikan barang.
- Peneliti : Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Iya mas, walaupun ada beberapa toko yang terkadang tidak sesuai dengan barang yang tertera.
- Peneliti : Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Lebih praktis dan bisa lebih hemat mas, karena harga pada *online shop* bisanya lebih murah.

Peneliti : Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : sudah mas, saya mendapatkan informasi barang yang akan saya beli cukup dari deskripsi dari barang yang akan saya beli tersebut mas..

Peneliti : Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada perbedaan mbak, jika beli *online* harga lebih murah walo ada tambahan ongkos kirim, lebih beragam, dan bisa menghemat waktu sedangkan secara *offline* keuntungannya dapat melihat secara langsung dari bahan yang digunakan misalkan pada baju serta dapat langsung mencoba dan mudah mencari ukuran yang sesuai walaupun harga sedikit lebih mahal.

Peneliti : Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Baju-baju gitu mas dan kosmetik.

B. Harga

Peneliti : Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Lebih murah mas.

Peneliti : Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

Informan Inti : Iya mas.

Peneliti : Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Saya sering membeli *online* di *Shopee* mas, dan pembayarannya saya biasanya melalui indomaret atau COD

mas. Tetapi akhir-akhir ini saya lebih sering COD mas karena lebih enak dan terpercaya, dan tidak takut barang nyasar karena tidak rugi walaupun barang tidak sampai pada saya hehehe.

Peneliti : Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Terjangkau mas, apalagi sering terdapat potongan biaya kirim, jadi sangat menguntungkan mas.

Peneliti : Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada mas, pada saat pembelian *online* biasanya harganya lebih murah.

C. Tempat/Distribusi

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Cukup memuaskan mas, karena respon pada *online shop* cukup cepat.

Peneliti : Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : *Shopee, Lazada, instagaram, facebook*

Peneliti : Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

Informan Inti : Salah satu kendala yang sering saya alami jika melakukan pembelian *online* itu yaaa pada saat pengiriman mas, jika sudah mendekati hari raya biasanya terjadi *overload* yang menyebabkan keterlambatan pengiriman.

D. Promosi

- Peneliti : Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Tentu saja mas.
- Peneliti : Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Promosi yang sering saya dapat itu adalah potongan harga, dan potongan biaya ongkir mas, biasanya saya akan membeli produk pada toko yang sering memberikan promosi potongan harga maupun promosi prngnalan produk baru.
- Peneliti : Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Sangat puas mas.
- Peneliti : Selama anda menggunakan layanan *online shop* pada aplikasi *Shopee*, adakah kendala yang anda alami?
- Informan Inti : Kendala yang biasa saya alami tersebut itu biasanya pada pengirimannya mas, terkadang lama jika sudah *overload* seperti jika mendekati hari raya.
- Peneliti : Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?
- Informan Inti : Biasanya saya komplain pada *online shop* yang berkaitan mas.
- Peneliti : Terimakasih mbak, atas waktu dan informasinya
- Informan Utama ; Sama-sama mas...

Lampiran E.7**TRANSKRIP WAWANCARA 6****Pedoman wawancara untuk informan utama**

Nama : Fitri Niken Sari (SF)

Usia : 20 Tahun

Tahun Angkatan : 2018

Semester : Semester 4

Alamat Kos : Antirogo Jember

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di FKIP Universitas Jember yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mbak, maaf mengganggu waktunya...

Informan Utama : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?

Peneliti : Iya mbak, saya ingin menanyakan kepada mbak, berkaitan dengan pembelian produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mbak.

Informan Utama : Iya mas...

Peneliti : Berapa kali anda melakukan pembelian *online* pada aplikasi *Shopee*?

Informan Utama : lebih dari 7 kali mas

Peneliti : Apa alasan anda melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Pertama karena barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut, yang kedua pada toko *online* biasanya lebih murah, dan yang ketiga barang yang dijual lebih beragam sehingga lebih praktis.

A. Produk

- Peneliti : Produk apa saja yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Biasanya baju-baju, sandal, sepatu, dan tas mas
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh *online shop* pada aplikasi *Shopee*?
- Informan Inti : Sangat lengkap mas, karena barang-barang yang saya butuhkan ada di toko *online* tersebut, selain itu lebih beragam produk yang dijual mas.
- Peneliti : Bagaimanakah tingkat kualitas produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* tersebut?
- Informan Inti : Menurut saya produk yang dijual sudah cukup berkualitas mas, bahan yang di gunakan juga beragam ada yang bagus dan ada yang menggunakan bahan biasa, selain itu barang yang dijual sesuai dengan deskripsi dan gambar yang tertera.
- Peneliti : Apakah anda mendapatkan ganti rugi apabila penjual melanggar haknya, misal barang yang dipesan ternyata dalam keadaan rusak, salah kirim, dll? Jika iya, dalam bentuk apa ganti rugi yang pelaku usaha berikan?
- Informan Inti : Selama ini saya belum pernah mengalami mas, tetapi jika ada barang yang rusak dan tidak ada kaitannya dengan waktu pengiriman biasanya pihak *online shop* akan menggantinya.
- Peneliti : Apakah produk yang dijual sesuai dengan gambar yang tertera pada *online shop* tersebut?
- Informan Inti : Iya mas, walaupun ada beberapa toko yang terkadang tidak sesuai dengan barang yang tertera.
- Peneliti : Menurut anda, keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Lebih praktis dan bisa lebih hemat mas, karena harga pada *online shop* biasanya lebih murah.

Peneliti : Apakah anda sudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dijual oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : Saya sudah mendapat informasi yang lengkap ketika belanja *online* mas, karena saya sudah cukup memperoleh informasi dari deskripsi barang yang dijual tersebut. Selain itu saya juga memperhatikan *review* dari konsumen lain yang sudah pernah membeli mas.

Peneliti : Apakah ada perbedaan antara produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* dengan secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada mas, produk yang dijual *online* biasanya lebih beragam daripada *offline*, selain itu produk pada *online* biasanya memiliki kualitas yang lebih bagus daripada *offline*.

Peneliti : Produk apa sajakah yang selalu anda beli pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Baju-baju, tas, sepatu, dan sandal.

B. Harga

Peneliti : Bagaimanakah harga pada produk yang dijual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Lebih murah mas.

Peneliti : Apakah anda membayar produk yang anda beli sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

Informan Inti : Iya mas.

Peneliti : Bagaimana proses pembayaran yang anda lakukan pada saat melakukan pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Jika beli lewat *Shopee* biasanya melalui indomaret, jika melalui Lazada dan Sorabel biasanya COD mas, apalagi Sorabel kan barang bisa dicoba ditempat jika tidak cocok

bisa dikembalikan lagi, jadi lebih yakin dengan barang yang dibeli mas apalagi jika beli pakaian, tidak akan takut salah ukuran atau kecewa dengan bahan pakaian yang dijual.

Peneliti : Bagaimanakah mengenai biaya ongkos kirim dari produk yang anda beli pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Inti : Terjangkau mas, apalagi sering terdapat potongan biaya kirim, jadi sangat memuaskan mas.

Peneliti : Apakah ada perbedaan harga dari produk yang dijual pada aplikasi *Shopee* dengan produk yang dijual secara *offline* di toko-toko terdekat?

Informan Inti : Ada mas, pada saat pembelian *online* biasanya harganya lebih murah.

C. Tempat/Distribusi

Peneliti : Bagaimana menurut anda mengenai saluran distribusi pada saat pembelian produk pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Cukup memuaskan mas, karena respon pada *online shop* cukup cepat.

Peneliti : Jenis saluran distribusi apa saja yang pernah digunakan oleh *online shop* tersebut?

Informan Inti : JNE dan JNT mas

Peneliti : Kendala apa saja yang pernah anda alami berkaitan dengan saluran distribusi tersebut?

Informan Inti : Hal yang menjadi pertimbangan saya melakukan pembelian *online* adalah saat pengiriman mas, apalagi jika barang yang akan saya beli keburu digunakan biasanya saya akan membeli *offline* saja. Terlebih lagi jika mendekati hari raya, bisa sekali datangnya barang mas.

D. Promosi

Peneliti : Apakah anda tertarik dengan adanya promosi pada produk *online*?

Informan Inti : Tentu saja mas.

Peneliti : Jenis promosi apakah yang sering anda terima pada saat melakukan pembelian pada aplikasi *Shopee*?

Informan Inti : Yang sering saya terima itu gratis ongkir dan potongan harga pada produk yang dijual mas. Saya biasanya jika sudah membeli pada salah satu *online shop* biasanya malas mas untuk mencari produk-produk pada *online shop* lain.

Peneliti : Apakah anda puas dengan pelayanan dari *online shop* tersebut?

Informan Inti : Sangat puas mas.

Peneliti : Selama anda menggunakan layanan *online shop*, adakah kendala yang anda alami?

Informan Inti : Kendala yang biasa saya alami tersebut itu biasanya pada pengirimannya mas, terkadang lama jika sudah *overload* seperti jika mendekati hari raya.

Peneliti : Apakah yang anda lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh pelaku usaha?

Informan Inti : Biasanya saya komplain pada *online shop* yang berkaitan mas.

Peneliti : Terimakasih mbak, atas waktu dan informasinya

Informan Utama ; Sama-sama mas...

Lampiran F.1**TRANSKRIP WAWANCARA 1****Pedoman wawancara untuk Informan Tambahan 1**

Nama : Iklilah (IK)
Usia : 29 Tahun
Fakultas : Alumni Pendidikan Ekonomi
Semester : -
Alamat : Jalan Mastrip Jember

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pemilik *online shop* menjadi informan tambahan dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mbak, maaf mengganggu waktunya...

Informan Tambahan : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?

Peneliti : Iya mbak, saya ingin menanyakan kepada mbak, berkaitan dengan penjualan produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mbak.

Informan Tambahan : Iya mas...

Peneliti : Bagaimana pendapat anda tentang *online shopping*?

Informan Tambahan : Menurut saya dengan adanya *online shopping* sangat mempermudah dalam berbelanja, karena selain harganya lebih murah, dengan pembelian secara *online* khususnya pada aplikasi *Shopee* dapat dilakukan dimana saja kapan saja. Begitu pula dengan para penjual *online*, juga sangat mudah karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja juga.

Peneliti : Sudah berapa lama anda berjualan pada aplikasi *Shopee*?

Informan Tambahan : Sudah cukup lama mas, sekitar sejak tahun 2018 mas.

Peneliti : Apa yang melatarbelakangi anda berjualan *online*?

Informan Tambahan : Awalnya saya hanya iseng-iseng mas jual hasil rajutan saya, ternyata banyak yang berminat, sehingga saya

memutuskan menjual pada aplikasi *Shopee* maupun *offline*, tapi bagi yang hendak membeli harus memesan dulu.

Peneliti : Produk apa sajakah yang anda jual *online* khususnya pada aplikasi *Shopee*?

Informan Tambahan : Segala barang rajutan mas, seperti switer, tapi rajut, syal, karet ramput rajut, sepatu, sandal, dan lain-lain.

Peneliti : Darimana saja produk yang anda jual *online* terutama pada aplikasi *Shopee* tersebut?

Informan Tambahan : Saya buat sendiri mas.

Peneliti : Apakah anda hanya berjualan pada aplikasi *Shopee* saja? atau mungkin juga berjualan secara *offline*? jika iya, produk apa saja yang anda jual secara *offline*?

Informan Tambahan : Iya mas, selain hasil rajutan yang juga saya jual secara *offline*, saya juga berjualan es capcin mbak, gerai saya ada di Jalan Jawa.

Peneliti : Bagaimanakah kualitas produk yang anda jual tersebut?

Informan Tambahan : Tentang kualitas barang yang saya jual tentu saja saya berusaha memberikan kualitas barang yang terbaik mas. Saya selalu menjual barang yang sesuai dengan deskripsi dan gambar. Selain itu, sebelum pengiriman saya selalu meneliti dengan seksama biar tidak terjadi kesalahan barang yang dikirim.

Peneliti : Bagaimanakah tentang harga yang anda bandrol dari produk yang anda jual tersebut?

Informan Tambahan : Menurut saya sesuai dengan standart mas, dan juga saya sesuaikan dengan kualitas barang yang saya jual.

Peneliti : Bagaimana perbandingan harga dari barang yang anda jual *online* dengan toko lain baik *online* maupun *offline*?

Informan Tambahan : Lebih murah barang saya yang saya jual pada aplikasi *Shopee* mas.

Peneliti : Apakah anda pernah memberikan promosi dari produk yang anda jual?

Informan Tambahan : Pernah mas.

Peneliti : Promosi apakah yang pernah anda lakukan?

Informan Tambahan : Berupa potongan harga mas

Peneliti : Bagaimana respon konsumen terhadap promosi yang anda berikan tersebut?

Informan Tambahan : Dengan adanya promosi berupa potongan harga yang saya berikan, tentu saja dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang-barang yang saya jual.

Peneliti : Bagaimana cara anda mengirimkan barang-barang yang anda jual secara *online*?

Informan Tambahan : Jika dekat biasanya saya antar sendiri, tetapi jika jauh saya menggunakan jasa ekspedisi, karena saya jual barang-barang saya melalui *facebook, Whatsaap, instagram, Shopee, Lazada*.

Peneliti : Melalui apa sajakah anda mengirim barang-barang tersebut?

Informan Tambahan : Pos, Tiki, JNE, dan JNT

Peneliti : Apakah keuntungan dari berjualan *online*?

Informan Tambahan : Tentu saja saya memperoleh banyak tambahan pendapatan mas

Peneliti : Kendala apa sajakah yang anda rasakan dari berjualan *online*?

Informan Tambahan : Biasanya dari pihak pengiriman, yang cenderung mengalami *overload* jika mendekati hari raya.

Peneliti : Terimakasih atas waktu dan informasinya mbak.

Informan Tambahan : Sama-sama mas.

Lampiran F.2**TRANSKRIP WAWANCARA 2****Pedoman wawancara untuk Informan Tambahan 2**

Nama : Erma Sulistyani (ES)
Usia : 20 Tahun
Fakultas : Alumni Pendidikan Ekonomi
Semester : -
Alamat : Arjasa Jember

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pemilik *online shop* menjadi informan tambahan dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mbak, maaf mengganggu waktunya...

Informan Tambahan : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?

Peneliti : Iya mbak, saya ingin menanyakan kepada mbak, berkaitan dengan penjualan produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mbak.

Informan Tambahan : Iya mas...

Peneliti : Bagaimana pendapat anda tentang *online shopping*?

Informan Tambahan : Menurut saya dengan adanya *online shopping* sangat memudahkan pembeli maupun penjual untuk melakukan jual beli barang pada aplikasi *Shopee* mas.

Peneliti : Sudah berapa lama anda berjualan pada aplikasi *Shopee*?

Informan Tambahan : Sudah cukup lama mas, sejak tahun 2019 mas.

Peneliti : Apa yang melatarbelakangi anda berjualan *online*?

Informan Tambahan : Rumah saya kan desa mas, dan jauh dari pertokoan dan pasar, awalnya saya iseng jual daster dan kerudung di rumah, dan ternyata sangat laris dan banyak yang pesan, akhirnya saya memutuskan untuk berjualan *online* mas.

Peneliti : Produk apa sajakah yang anda jual *online*?

- Informan Tambahan : Baju gamis, kerujung, gamis, sepatu, sandal, baju anak-anak, baju laki-laki, dan kue kering mas
- Peneliti : Darimana saja produk yang anda jual *online* tersebut?
- Informan Tambahan : Untuk yang kue kering saya buat sendiri, sedangkan lainnya saya beli ke reseller dari Bandung mas.
- Peneliti : Apakah anda hanya berjualan secara *online* saja? atau mungkin juga berjualan secara *offline*? jika iya, produk apa saja yang anda jual secara *offline*?
- Informan Tambahan : Iya mas, Saya juga jual barang-barang yang saya jual *online* tersebut di rumah, karena saya pagi ngajar, jadi di rumah dijaga ibu saya mas.
- Peneliti : Bagaimanakah kualitas produk yang anda jual tersebut?
- Informan Tambahan : Tentang kualitas barang yang saya jual tentu saja saya berusaha memberikan kualitas barang yang terbaik.
- Peneliti : Bagaimanakah tentang harga yang anda bandrol dari produk yang anda jual tersebut?
- Informan Tambahan : Menurut saya sesuai dengan standart mas, dn juga saya sesuaikan dengan kualitas barang yang saya jual.
- Peneliti : Bagaimana perbandingan harga dari barang yang anda jual *online* dengan toko lain baik *online* maupun *offline*?
- Informan Tambahan : Lebih murah barang saya yang saya jual pada aplikasi *Shopee* mas.
- Peneliti : Apakah anda pernah memberikan promosi dari produk yang anda jual?
- Informan Tambahan : Pernah mas.
- Peneliti : Promosi apakah yang pernah anda lakukan?
- Informan Tambahan : Berupa potongan harga mas
- Peneliti : Bagaimana respon konsumen terhadap promosi yang anda berikan tersebut?

Informan Tambahan : Dengan adanya promosi berupa potongan harga yang saya berikan, tentu saja dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang-barang yang saya jual.

Peneliti : Bagaimana cara anda mengirimkan barang-barang yang anda jual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Tambahan : Jika dekat biasanya saya antar sendiri, tetapi jika jauh saya menggunakan jasa ekspedisi mas, karena saya jual barang-barang saya melalui *facebook*, *Whatsaap*, *instagram*, *Shopee*.

Peneliti : Melalui apa sajakah anda mengirim barang-barang tersebut?

Informan Tambahan : Pos, Tiki, JNE, dan JNT

Peneliti : Apakah keuntungan dari berjualan *online*?

Informan Tambahan : Tentu saja saya memperoleh banyak tambahan pendapatan mas

Peneliti : Kendala apa sajakah yang anda rasakan dari berjualan *online*?

Informan Tambahan : Kendala yang saya alami biasanya dari pihak pengiriman, yang cenderung mengalami *overload* jika mendekati hari raya. Hal ini yang biasanya membuat konsumen was-was mas, karena jika terjadi *overload*, otomatis pengiriman akan mengalami keterlambatan

Peneliti : Terimakasih atas waktu dan informasinya mbak.

Informan Tambahan : Sama-sama mas.

Lampiran F.3**TRANSKRIP WAWANCARA 3****Pedoman wawancara untuk Informan Tambahan 3**

Nama : Giatri Purpitasari (GP)
Usia : 29 Tahun
Fakultas : Alumni Pendidikan Ekonomi
Semester : -
Alamat : Jalan Trunojoyo Jember

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu pemilik *online shop* menjadi informan tambahan dalam penelitian ini.

Peneliti : Selamat siang mbak, maaf mengganggu waktunya...

Informan Tambahan : Iya mas, ada yang bisa saya bantu?

Peneliti : Iya mbak, saya ingin menanyakan kepada mbak, berkaitan dengan penjualan produk pada aplikasi *Shopee* guna menyelesaikan tugas akhir saya mbak.

Informan Tambahan : Iya mas...

Peneliti : Bagaimana pendapat anda tentang *online shopping*?

Informan Tambahan : Menurut saya dengan adanya *online shopping* sangat mempermudah dalam berbelanja, karena selain harganya lebih murah, dengan pembelian pada aplikasi *Shopee* dapat dilakukan dimana saja kapan saja. Begitu pula dengan para penjual *online*, juga sangat mudah karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja juga.

Peneliti : Sudah berapa lama anda berjualan pada aplikasi *Shopee*?

Informan Tambahan : Sudah cukup lama mas, Sekitar tahun 2019.

Peneliti : Apa yang melatarbelakangi anda berjualan *online*?

Informan Tambahan : Karena banyaknya minat dari teman-teman maupun tetangga untuk berbelanja *online* karena harganya yang lebih murah mas, akhirnya saya coba-coba, dan

alhamdulillah lancar mas, sehingga usaha *online* saya tetap masih berjalan sampai sekarang.

Peneliti : Produk apa sajakah yang anda jual *online*?

Informan Tambahan : Baju-baju perempuan, kerudung, sepatu, kosmetik, dan kue-kue kering mas.

Peneliti : Darimana saja produk yang anda jual *online* tersebut?

Informan Tambahan : Beli dari *reseller* dan beberapa grosir.

Peneliti : Apakah anda hanya berjualan secara *online* saja? atau mungkin juga berjualan secara *offline*? jika iya, produk apa saja yang anda jual secara *offline*?

Informan Tambahan : Iya mas, tapi yang saya jual *offline* yaaa barang-barang yang saya jual *online* tersebut dan hanya saya jual di rumah mas. Untuk *online shop* yang saya gunakan adalah *Facebook, Whatsaap, Instagram, Shopee* mas.

Peneliti : Bagaimanakah kualitas produk yang anda jual tersebut?

Informan Tambahan : Tentang kualitas barang yang saya jual tentu saja saya berusaha memberikan kualitas barang yang terbaik.

Peneliti : Bagaimanakah tentang harga yang anda bandrol dari produk yang anda jual tersebut?

Informan Tambahan : Menurut saya sesuai dengan standart mas, dan juga saya sesuaikan dengan kualitas barang yang saya jual.

Peneliti : Bagaimana perbandingan harga dari barang yang anda jual *online* dengan toko lain baik *online* maupun *offline*?

Informan Tambahan : Lebih murah barang saya yang saya jual pada aplikasi *Shopee* mas.

Peneliti : Apakah anda pernah memberikan promosi dari produk yang anda jual?

Informan Tambahan : Pernah mas.

Peneliti : Promosi apakah yang pernah anda lakukan?

Informan Tambahan : Berupa potongan harga mas

Peneliti : Bagaimana respon konsumen terhadap promosi yang anda berikan tersebut?

Informan Tambahan : Dengan adanya promosi berupa potongan harga yang saya berikan, tentu saja dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang-barang yang saya jual.

Peneliti : Bagaimana cara anda mengirimkan barang-barang yang anda jual pada aplikasi *Shopee*?

Informan Tambahan : Jika dekat biasanya saya antar sendiri, tetapi jika jauh saya menggunakan jasa ekspedisi.

Peneliti : Melalui apa sajakah anda mengirim barang-barang tersebut?

Informan Tambahan : Pos, Tiki, JNE, dan JNT

Peneliti : Apakah keuntungan dari berjualan *online*?

Informan Tambahan : Tentu saja saya memperoleh banyak tambahan pendapatan mas

Peneliti : Kendala apa sajakah yang anda rasakan dari berjualan *online*?

Informan Tambahan : Biasanya dari pihak pengiriman, yang cenderung mengalami *overload* jika mendekati hari raya.

Peneliti : Terimakasih atas waktu dan informasinya mbak.

Informan Tambahan : Sama-sama mas.

Lampiran G

DOKUMENTASI



Gambar 1. Peneliti melakukan wawancara dengan Muhammad dienuh haq (subjek penelitian)



Gambar 2. Peneliti melakukan wawancara dengan Dewi nur (subjek penelitian)



Gambar 3. Peneliti melakukan wawancara dengan Sofarwati (subjek penelitian)



Gambar 4. Peneliti melakukan wawancara dengan Serli puspita (subjek penelitian)



Gambar 5. Peneliti melakukan wawancara dengan Fitri niken (subjek penelitian)



Gambar 6. Peneliti melakukan wawancara dengan Iklilah (Informan Penelitian)



Gambar 7. Peneliti melakukan wawancara dengan Erma Sulistyani (Informan Penelitian)



Gambar 8. Peneliti melakukan wawancara dengan Giatri Puspita Sari (Informan Penelitian)

Lampiran H



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 0 8 6 1 UN25.1.5/LT/2020
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

3 1 JAN 2020

Yth. Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)
Universitas Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Happy Putra Aditama
NIM	: 150210301032
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Ilmu Pengetahuan Sosial
Rencana Penelitian	: Januari s.d Maret 2020

Berkenaan dengan penyelesaian tugas akhir, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember dengan judul "Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)". Sehubungan dengan hal tersebut, mohon bapak/ibu berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.


Demikian atas permohonan izin dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan I,

Prof. Dr. Surarno, M.Si
NIP. 19670625 199203 1 003



LAMPIRAN I



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Happy Putra Aditama
NIM/ Angkatan : 150210301032/ 2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis pengambilan keputusan pembelian produk outdoor secara online (Studi kasus pada mahasiswa pecinta alam Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Jember)
Pembimbing I : Drs. Djoko Widodo, M.M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Kamis, 27-2019	BAB 1, 2, & 3	[Signature]
2.	15-02-2019	BAB I	[Signature]
3.	4-03-2019	BAB IV	[Signature]
4.	11-04-2019	BAB III	[Signature]
5.	2-05-2019	BAB I, II, & III	[Signature]
6.	13-06-2019	Revisi Seminar	[Signature]
7.	13-01-2020	BAB I, II, & III	[Signature]
8.	17-01-2020	BAB 4	[Signature]
9.	4-04-2020	BAB 4	[Signature]
10.	8-04-2020	BAB 4,5	[Signature]
11.	8-05-2020	BAB 4,5	[Signature]
12.	3-06-2020	Revisi Uji	[Signature]
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

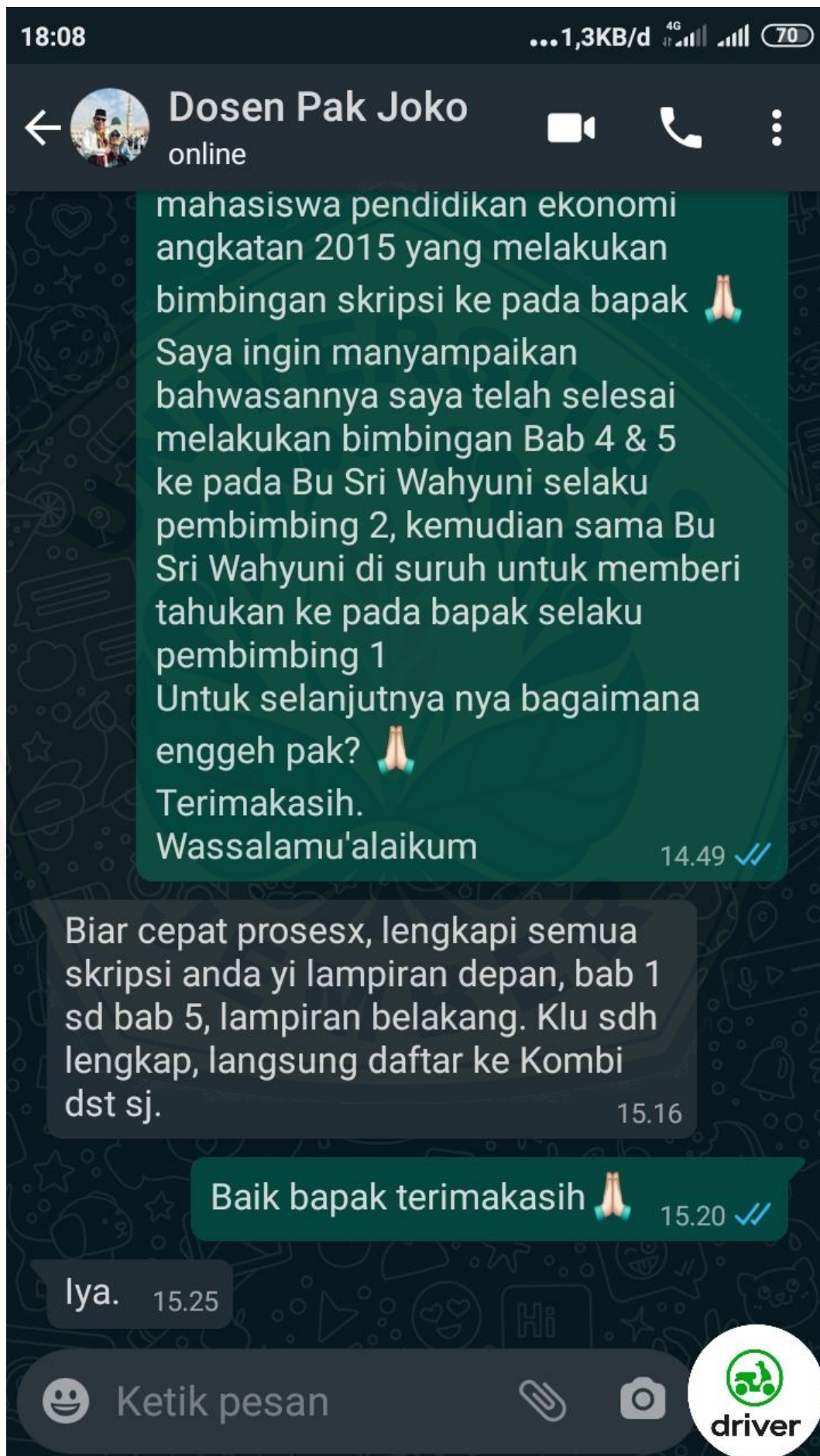
Nama : Happy Putra Aditama
NIM/ Angkatan : 150210301032/ 2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : ~~Analisa~~ Analisis pengambilan keputusan pembelian produk outdoor secara online (Studi kasus pada mahasiswa pecinta alam Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Jember)
Pembimbing II : Dra. Sri Wahyuni, M.Si

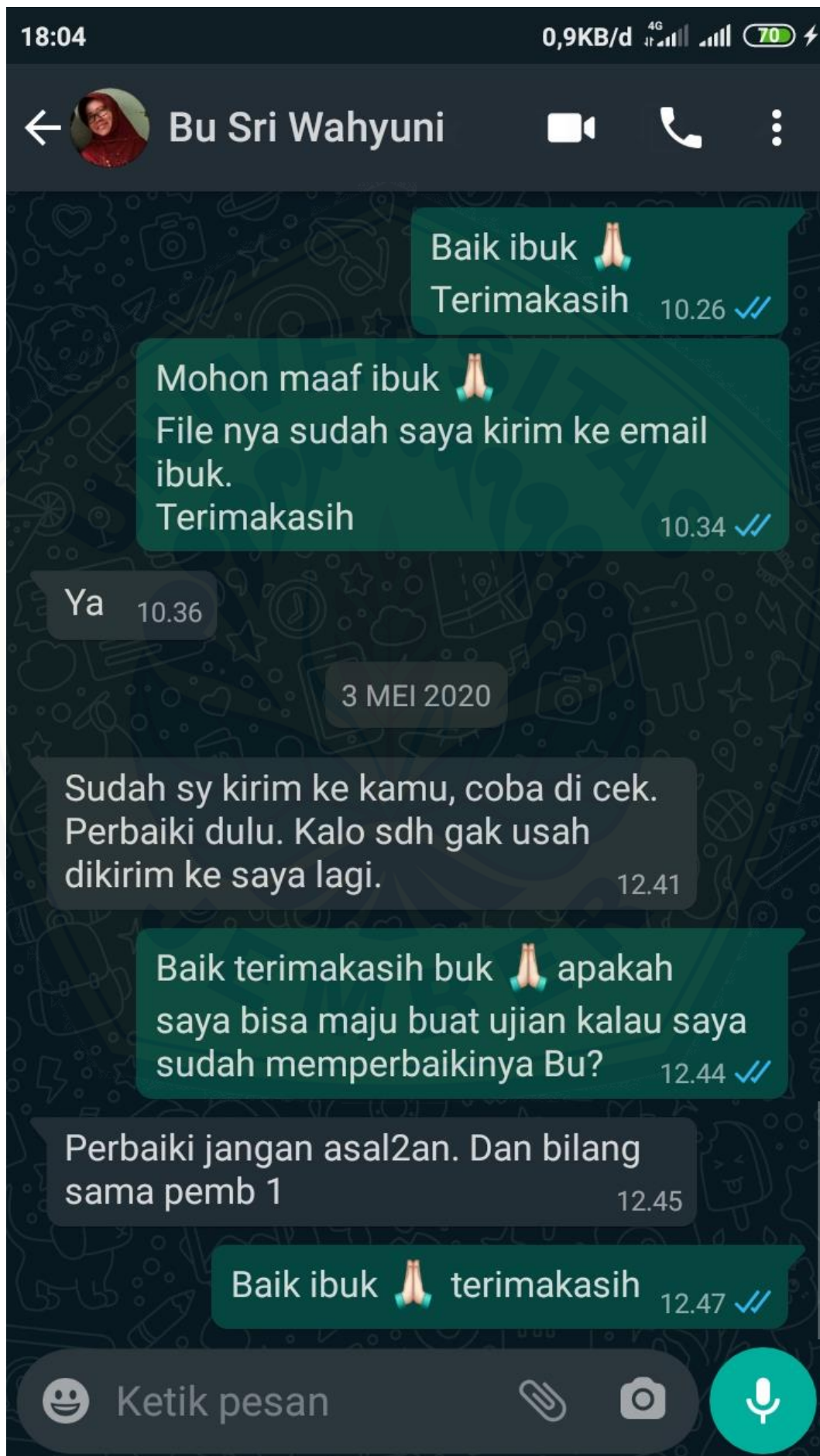
KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	02-11-2018	Judul	SP
2.	16-5-2019	Bab 1,2&3	SP
3.	1-7-2019	BAB 2	SP
4.	22-7-2019	BAB 2	SP
5.	30-7-2019	BAB 1,2&3	SP
6.	6-8-2019	revisi Seminar	SP
7.	15-1-2020	Revisi 1,2&3	SP
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi





LAMPIRAN J**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Happy Putra Aditama
2. Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 01 November 1996
3. Agama : Islam
4. Status : Belum menikah
5. Nama Ayah : Bisriyadi
6. Nama Ibu : Mariyatun
7. Alamat : Dsn. Kaliboyo, RT/RW 003/005,
Desa Kradenan, Kec. Purwoharjo,
Banyuwangi
8. Alamat di Jember : Jl. Tidar No. 22, Jember
9. Email : petoladitama@gmail.com

B. Pendidikan

NO.	NAMA SEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	TK Pertiwi Kradenan	Kec. Purwoharjo-Banyuwangi	2003
2.	SDN 2 Kradenan	Kec. Purwoharjo-Banyuwangi	2009
3.	SMPN 1 Purwoharjo	Kec. Purwoharjo-Banyuwangi	2012
4.	SMAN 1 Bangorejo	Kec. Bangorejo-Banyuwangi	2015