



**PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BAJU ANAK-ANAK DI PLATFORM SHOPEE**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana S1  
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Widya Kartika

**Oleh:**

**Agustin Tanjaya  
NRP: 111.20.015**

**PEMBIMBING**

**Dr. Erna Ferrinadewi, SE, MM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**Surabaya**

**2024**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tugas Skripsi/Tugas Akhir ini yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Baju Anak-anak di Platform Shopee” dengan baik.

Adapun tujuan dari penulis ini adalah untuk memenuhi syarat akademik dalam menyelesaikan Program Sarjana 1 (S-1) Jurusan Manajemen. Penulis sadar bahwa dalam penulisan ini masih banyak ditemukan kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun sehingga dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Dalam menyelesaikan penulisan ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan dukungan, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Filipus Priyo Suprobo, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya
2. Yulius Hari, S.Kom., MBA. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya
3. Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si. selaku Wakil Rektor II Bidang Non Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya
4. Arief Budiman, B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya dan dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu nya untuk melakukan bimbingan, memberikan motivasi, dan semangat kepada peneliti
5. Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan, memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti
6. Erwin Rediono Tan, MBA. dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika
7. Muis Murtadho, S.E., M.M. dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika

8. Prof. Dr. Drs. Ec. Herman Budi Sasono, M.M. dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika
9. Tim penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta saran yang membangun dalam menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir ini
10. Para dosen manajemen dan karyawan Universitas Widya Kartika lainnya yang tidak dapat disebutkan penulis satu per satu telah memberikan pengajaran ilmu manajemen dan telah membantu keperluan akademik penulis
11. Orang tua dan keluarga serta teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan doa serta nasihat agar penulis dapat menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Penulis memohon maaf apabila didapati kesalahan dan kekurangan dari penulisan ini

Surabaya, 26 Juli 2024

Hormat Saya,

Agustin Tanjaya



UWIK

## ABSTRAK

Nama : Agustin Tanjaya

Skripsi

“Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Baju Anak-anak di Platform Shopee” dengan baik

Tujuan artikel ini adalah untuk meringkas dari masalah ini, menganalisa perilaku belanja konsumen di Internet dalam keputusan pembelian dan meneliti konteks berdasarkan faktor-faktor terpilih yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di Internet. *E-commerce* adalah perdagangan elektronik yang berkaitan dengan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran barang ataupun jasa dengan memanfaatkan jaringan komunikasi internet sebagai bentuk perdagangan masa depan. Pengambilan keputusan pembeli, umumnya dilakukan konsumen setelah melakukan evaluasi terhadap banyaknya pilihan produk atau jasa yang ditawarkan pada dirinya.

Pada bagian artikel ini berfokus pada dasar keputusan pembelian konsumen yang terjadi adanya faktor eksternal dan internal konsumen ada pada dirinya. Faktor internal misalnya motivasi secara fisiologis untuk memenuhi kebutuhannya. Disamping itu, pembelajaran, kepribadian, sikap, dan pengalaman pribadi melalui pemikiran dan rasa telah dilalui konsumen menjadi pertimbangan psikologis bagi konsumen. Faktor eksternal meliputi informasi pemasaran dan lingkungan sosial budaya misalnya adalah pandangan religiusnya. Bagian penelitian ini terdiri dari metode penelitian kualitatif deskriptif menggunakan wawancara secara mendalam dan observasi.

Pertanyaan difokuskan pada pendapat subjektif responden Ibu yang berbelanja online dan memiliki anak balita hingga anak usia 10 tahun. Materi wawancara meliputi: pembelian baju di platform shopee, keputusan pembelian, seberapa sering membeli baju di online, apakah puas dengan berbelanja online di shopee. Berdasarkan hasil bagian terakhir artikel ini menguraikan proposal menunjukkan 4 narasumber sangat puas, 5 kurang puas, 1 tidak puas dan kebutuhan untuk memasukkan aktivitas online dalam keseharian menjangkau pengguna yang lebih luas.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, *E-Commerce*, Keputusan Pembelian *Online*

## **ABSTRACT**

*Name: Agustin Tanjaya*

*Thesis*

*Consumer Behavior in Purchasing Decisions for Children's Clothing on the Shopee Platform*

*The purpose of this article is to summarize this problem, analyze consumer shopping behavior on the Internet in purchasing decisions and examine the context based on selected factors that influence consumer purchasing behavior on the Internet. E-commerce is electronic commerce related to the activities of buying, selling, marketing goods or services by utilizing internet communication networks as a form of future commerce. Consumers generally make purchasing decisions after evaluating the many choices of products or services offered to them.*

*This part of the article focuses on the basis of consumer purchasing decisions which occur due to external and internal factors that consumers have within themselves. Internal factors such as physiological motivation to fulfill their needs. Apart from that, the learning, personality, attitudes and personal experiences through thoughts and feelings that consumers have gone through are psychological considerations for consumers. External factors include marketing information and the socio-cultural environment, for example religious views. This part of the research consists of descriptive qualitative research methods using in-depth interviews and observations.*

*The questions focused on the subjective opinions of respondents from mothers who shop online and have children under five to 10 years old. Interview material includes: purchasing clothes on the Shopee platform, purchasing decisions, how often you buy clothes online, are you satisfied with shopping online at Shopee. Based on the results, the last part of this article outlines the proposal showing that 4 interviewees are very satisfied, 5 are less satisfied, 1 are not satisfied and the need to include online activities in daily life reaches a wider range of users.*

*Keywords: Consumer Behavior, E-Commerce, Online Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas dan Persetujuan Publikasi .....	iii
Halaman Berita Acara Pengesahaan Sidang Akhir Skripsi/Tugas Akhir .....	iv
Halaman Persetujuan Sidang Akhir Skripsi/Tugas Akhir .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Abstrak .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Bab 1 Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Ruang Lingkup .....	8
Bab 2 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	10
2.2.1 Persamaan Penelitian .....	11
2.2.2 Perbedaan Penelitian .....	11
2.3 Landasan Teori .....	11
2.3.1 Pengertian <i>e-commerce</i> .....	12
2.3.2 Pengertian Perilaku Konsumen .....	12
2.3.3 Model Perilaku Konsumen .....	13
2.3.3.1 Rangsangan Pemasaran ( <i>Marketing Stimulation</i> ) .....	18
2.3.3.2 Rangsangan Lain ( <i>Other Stimulation</i> ) .....	18

2.3.3.3 Karakteristik Pembeli ( <i>Buyer Characteristics</i> ) .....	18
2.3.3.4 Proses Keputusan Membeli ( <i>Buying Decision Process</i> ) .....	20
2.3.3.5 Keputusan Pembelian ( <i>Buyer's Decisions</i> ) .....	20
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	20
2.3.4.1 Faktor Kebudayaan .....	21
2.3.4.2 Faktor Sosial .....	21
2.3.4.3 Faktor Pribadi .....	22
2.3.4.4 Faktor Psikologis .....	23
2.3.5 Jenis Perilaku Konsumen .....	25
2.3.6 Keputusan Pembelian .....	26
2.3.6.1 Pengenalan Kebutuhan .....	30
2.3.6.2 Pencari Informasi .....	30
2.3.6.3 Evaluasi Alternatif .....	31
2.3.6.4 Keputusan Pembelian .....	32
2.3.6.5 Perilaku Pasca Pembelian .....	32
2.4 Kerangka Berpikir .....	35
Bab 3 Metodologi Penelitian .....	36
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Sumber Data .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.3.1 Wawancara .....	39
3.3.1.1 Wawancara Mendalam .....	39
3.3.1.2 Wawancara Dengan Petunjuk Umum .....	40
3.3.1.3 Wawancara Baku Terbuka .....	40
3.3.1.4 Wawancara Terstruktur .....	41
3.3.1.5 Wawancara Tidak Terstruktur .....	41
3.3.2 Observasi .....	31
3.4 Teknik Analisa Data .....	42
3.4.1 Content Analisis .....	42
Bab 4 Hasil dan Pembahasan .....	44
4.1 Latar Belakang Narasumber .....	45

4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Penyajian Data ( <i>coding</i> ) .....	48
4.2.2 Reduksi Data ( <i>data reduction</i> ) .....	51
4.2.3 Abstraksi Data ( <i>data abstraction</i> ) .....	54
4.3 Pembahasan .....	54
4.3.1 Pola Konsumsi yang Beragam .....	55
4.3.2 Pola Perilaku Konsumen dalam Penjelasan <i>Online</i> .....	55
4.3.3 Pola Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen .....	56
4.3.4 Pola Perbandingan dengan Platform Lain .....	57
4.3.5 Implementasi dan Implikasi .....	58
Bab 5 Kesimpulan dan Saran .....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.1.1 Alasan Memilih Shopee .....	59
5.1.2 Pola Konsumsi dan Perilaku Konsumen .....	60
5.1.3 Tingkat Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen .....	61
5.1.4 Implikasi .....	61
5.2 Saran .....	62



UWIKKA



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang .....	11
Tabel 2.4 Kerangka Berpikir .....	35
Tabel 3.2 Data Narasumber .....	38
Tabel 4.1 Profile Narasumber Dari Hasil Wawancara .....	45
Tabel 4.2 Data Mentah Pertanyaan Nomor 1 .....	49
Tabel 4.3 Data Mentah Pertanyaan Nomor 2 .....	49
Tabel 4.4 Data Mentah Pertanyaan Nomor 3 .....	50
Tabel 4.5 Data Mentah Pertanyaan Nomor 4 .....	51
Tabel 4.6 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 1 .....	52
Tabel 4.7 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 2 .....	52
Tabel 4.8 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 3 .....	53
Tabel 4.9 Reduksi Data Pertanyaan Nomor 4 .....	53
Tabel 4.10 Data Abstraksi Pertanyaan Nomor 1 .....	54
Tabel 4.11 Data Abstraksi Pertanyaan Nomor 2 .....	54
Tabel 4.12 Data Abstraksi Pertanyaan Nomor 3 .....	54
Tabel 4.13 Data Abstraksi Pertanyaan Nomor 4 .....	54



UWIKARTIKA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Orang Indonesia Yang Lebih Suka Belanja Pakaian.....	2
Gambar 1.2 Data Waktu Orang Indonesia Membeli Baju Baru .....	3
Gambar 1.3 Data Produk Yang Menjadi Primadona di <i>E-Commerce</i> .....	4
Gambar 1.4 Data Penjualan Di Shopee s/d 7 Januari 2020 .....	5
Gambar 1.5 Data Platform Belanja Online Lewat Siaran Langsung Paling Banyak Digunakan .....	6
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Berupa Rangsangan-Tanggapan Terkait Model Perilaku Pembeli .....	15
Gambar 2.2 <i>Model of Consumer's Behaviour</i> .....	17
Gambar 2.3 Perilaku Konsumen di Era Modern .....	19
Gambar 2.4 Tahapan-Tahapan Yang Dilakukan Konsumen Dalam Proses Pembelian .....	28
Gambar 2.5 Model Lima Tahapan Keputusan Pembelian .....	30

UWIKKA