

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN SHOPEE SEBAGAI PILIHAN UNTUK BERBELANJA *ONLINE* (Studi pada Mahasiswa Universitas Lampung)

Oleh

DIKA MARDIANA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa Universitas Lampung untuk berbelanja *online* menggunakan *E-Commerce Shopee*. Desain penelitian kualitatif studi kasus dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Wawancara dilakukan dengan terbuka, terstruktur, dan tidak dalam suasana formal kepada 12 informan dimana 10 di antaranya adalah konsumen/pembeli dan dua informan lainnya adalah penjual/*seller* pengguna *Shopee*. Data yang terkumpul pada penelitian ini kemudian direduksi dengan mengelompokkan data-data penting yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam memengaruhi perilaku berbelanja *online* menggunakan *Shopee*, Faktor kepercayaan mencakup kejelasan alamat, kejelasan produk yang dijual, kejujuran toko *online* dalam memberikan informasi produk, dan memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi, diketahui bahwa kepercayaan konsumen terhadap situs *online Shopee* merupakan bagian penting dan integral dalam upaya pengambilan keputusan pembelian. *Shopee* mampu memberikan kemudahan dengan menciptakan fitur-fitur yang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan proses pencarian, pemilihan, hingga pembayaran produk yang akan dibeli. Informasi produk yang disampaikan tidak menjadi jaminan bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian *online* menggunakan *Shopee*.

Kata Kunci: *E-Commerce, Shopee, Belanja Online*

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE USE OF SHOPEE AS A OPTION FOR ONLINE SHOPPING (Study on Lampung University Students)

By

DIKA MARDIANA

This study aims to analyze the factors that influence Lampung University students to shop online using Shopee's E-Commerce. The research design is a qualitative case study using interviews, observation and documentation as data collection techniques. Interviews were conducted openly, structured, and not in a formal setting to 12 informants, 10 of whom were consumers/buyers and two other informants were sellers/sellers using Shopee users. The data collected in this study was then reduced by grouping important data related to the research objectives. The results of the analysis show that in influencing online shopping behavior using Shopee, trust factors include address clarity, clarity of products sold, online store honesty in providing product information, and providing security guarantees in transactions, it is known that consumer trust in the Shopee online site is an important part and integral in purchasing decision making efforts. Shopee is able to provide convenience by creating features that can make it easier for consumers to search, select, and pay for products to be purchased. The product information submitted is not a guarantee for consumers in making online purchasing decisions using Shopee.

Keywords: E-Commerce, Shopee, Online Shopping