

**PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
E-COMMERCE MATAHARI MALL**

SKRIPSI



**SETYO GUSTI HAPSORO
1151903033**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

**PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
E-COMMERCE MATAHARI MALL**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu
komunikasi**



SETYO GUSTI HAPSORO

1151903033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**


UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Setyo Gusti Hapsoro
NIM : 1151903033
Tanda Tangan : 
Tanggal : 17 Maret 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Setyo Gusti Hapsoro
NIM : 1151903033
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada
E-Commerce Matahari Mall

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si.
Penguji 1 : Suharyanti, Dra., M.S.M
Penguji 2 : Ari Kurnia, M.Ikom
Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 20 Maret 2017



Handwritten signatures of the examiners and supervisor, including the name Ari Kurnia.

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan juga selaku pembahas seminar proposal, yang telah memberi masukan pada penulis..
3. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material.
4. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan.
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie.
6. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Batch 4.
7. Moch. Alvi, Dara Albitya, Nabila, Lulu Puspita, Febriyanti Wulan, teman-teman bimbingan yang selalu saling membantu.
8. Annisa Permata yang sangat membantu penulis mengerjakan skripsi.
9. Andrey Jaya, Ariobimo, Ayu Dewi sebagai narasumber yang bersedia meluangkan waktu untuk pengumpulan data penulis.
10. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang

membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, Maret 2017

Setyo Gusti Hapsoro

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setyo Gusti Hapsoro
NIM : 1151903033
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada *E-Commerce* Matahari Mall”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Maret 2017

Yang menyatakan



(Setyo Gusti Hapsoro)

PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI *E-COMMERCE* MATAHARI MALL

SETYO GUSTI HAPSORO

ABSTRAK

Perkembangan internet dalam beberapa tahun terakhir sangat besar, hal itu berdampak pada perilaku masyarakat yang selalu mengharapkan segala aktivitasnya lebih instan dan mudah, termasuk dalam melakukan aktivitas pembelian. Aktivitas pembelian secara *online* memberikan konsumen kemudahan untuk dapat melakukan pembelian kapan dan dimana saja mereka mau. Kini banyak orang melakukan aktivitas pembelian secara *online* karena menginginkan kemudahan tersebut, sehingga industri *e-commerce* makin berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Lippo Group pun yang telah memiliki retail konvensional Matahari Dept. Store meluncurkan *e-commerce* Matahari Mall untuk memudahkan konsumen melakukan aktivitas pembelian mereka. Peneliti ingin mengetahui proses keputusan pembelian konsumen *e-commerce* Matahari Mall agar dapat memahami proses keputusan pembelian konsumen yang melakukan pembelian secara *online*. Fokus penelitian ini adalah menganalisis proses keputusan pembelian konsumen yang lebih menyukai membeli secara *online* di *e-commerce* Matahari Mall bukan konsumen yang lebih menyukai membeli secara konvensional di Matahari Dept. Store. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif kepada 4 orang konsumen *e-commerce* Matahari Mall yang memiliki karakteristik berusia 18 – 34 tahun, mahasiswa, karyawan dan sudah terbiasa membeli di *e-commerce* Matahari Mall. Peneliti mendapatkan hasil bahwa pembelanjaan secara *online* lebih mudah, memiliki kualitas informasi yang lebih baik dan lebih murah sehingga konsumen terus melakukan belanja *online*. Para informan lebih sering melakukan pembelian di *e-commerce* Matahari Mall dibanding Matahari Dept. Store, namun jika dibanding dengan *e-commerce* lain, Matahari Mall bukan merupakan *e-commerce* utama mereka.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, *E-Commerce*.

**PURCHASE DECISION-MAKING PROCESS OF E-COMMERCE
MATAHARI MALL'S CONSUMERS**

SETYO GUSTI HAPSORO

ABSTRACT

Development of the Internet in recent years is very large, it affects people's behavior that always expects all its activities more instant and convenient, including in making purchasing activities. Activities purchases online gives consumers the convenience to be able to make purchases anytime and anywhere they want. Now many people do online purchasing activity, so that the e-commerce industry is growing in recent years. Lippo Group has had conventional retail Matahari Dept. Store launched it's own e-commerce Matahari Mall. Researches want to know the consumer buying decision process e-commerce Matahari Mall in order to understand the purchase decision process of consumers who make purchases online. The focus of this study is to analyze the process of purchasing decisions of consumers who prefer to buy it online at e-commerce Matahari Mall instead of consumers who prefer to buy conventionally Matahari Dept. Store. This research uses descriptive qualitative method to 4 consumer which has the characteristics of aged 18-34 years, students, employees and is already used to buying in Matahari Mall. Researcher got the result that spending online is easier, have better information quality and cheaper so that consumers continue to shop online. Informants more often make purchases on e-commerce Matahari Mall than at conventional Matahari Dept. Store, but when compared with other e-commerce, Matahari Mall is not their main e-commerce.

Key Words: Consumer Behaviour, Purchase Decision, E-Commerce.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
2. KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Definisi Konsep dan Pendekatan Teori.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
3. METODOLOGI PENELITIAN PENELITIAN	25
3.1. Metode Penelitian.....	25
3.2. Objek Penelitian dan Subyek Penelitian.....	28
3.3. Sumber Data.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	30
3.6. Teknik Analisis Data.....	41
3.7. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	43
3.8. Keterbatasan Penelitian.....	43
4. PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.2. Hasil Penelitian.....	46
4.3. Pembahasan.....	83
5. KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1. Kesimpulan.....	111
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	111
5.3. Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Prospek Bisnis <i>E-Commerce</i> Indonesia	7
Gambar 1.2. Peringkat Matahari Mall.....	8
Gambar 4.1. Logo MatahariMall.com.....	44
Gambar 4.2. Logo MatahariMall.com.....	46
Gambar 4.3. Annisa Permata	47
Gambar 4.4. Aryobimo Raharjo.....	62
Gambar 4.5. Andre Jaya.....	70
Gambar 4.6. Ayu Dewi	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 3.1. Operasionalisasi Konsep	30
Tabel 4.1. Model Ekspektansi Nilai Annisa Permata	57
Tabel 4.2. Model Ekspektansi Nilai Aryobimo Raharjo.....	68
Tabel 4.3. Model Ekspektansi Nilai Andre Jaya.....	75
Tabel 4.4. Model Ekspektansi Nilai Ayu Dewi	81
Tabel 4.5. Model Ekspektansi Nilai Annisa Permata	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Annisa Pemarta
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Aryobimo Raharjo.....
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Andre Jaya.....
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Ayu Dewi
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Brama Danuwinata.....

