

PERILAKU KONSUMEN BELANJA ONLINE DI SOLID FASHION – SHOPPE PASCA PANDEMI COVID

Theresia Dharma Lianto
Universitas Widya Kartika

Abstrak

Penelitian skripsi ini mengenai Perilaku konsumen Belanja Online di Solid Fashion Shoppe Pasca Pandemi Covid. Di dalam skripsi ini membahas mengenai awal mula munculnya Covid yang sangat berbahaya sehingga orang takut untuk keluar rumah dan memilih belanja online. Belanja online merupakan solusi terbaik pada waktu itu sehingga penjualan di dalam Toko Online Solid Fashion Shoppe menjadi meningkat pesat. Tetapi seiring berjalanannya waktu pada tahun 2023 sudah termasuk era new normal sehingga ada beberapa orang yang sudah menjalankan kegiatan seperti sedia kala, sehingga penjualan di Toko Online Solid Fashion menjadi menurun. Maka melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui hal apa yang diinginkan pembeli memutuskan pembeliannya pada tahun 2020 agar penjualan di tahun 2023 bisa stabil atau meningkat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara 6 narasumber terpilih yang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini pun data yang didapatkan dari hasil wawancara disajikan dalam bentuk deskriptif yang mendalam dengan hasil bahwa terdapat 4 hal yang diinginkan pembeli memutuskan pembeliannya yaitu: perubahan harga, perbedaan penawaran, kebutuhan pribadi, kondisi psikologis

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

Abstract

This thesis research is about online shopping consumer behavior at Solid Fashion - Shoppe after the Covid pandemic. This thesis discusses the beginning of the emergence of Covid which was so dangerous that people were afraid to leave the house and chose to shop online. Online shopping was the best solution at that time so that sales in the Solid Fashion Shoppe Online Store increased rapidly, but as time goes by, 2023 will enter the new normal era so there are several people who are already carrying out activities as before, so sales in the Online Store Solid Fashion is declining. So through this research, researchers want to know what things buyers consider when deciding to purchase in 2020 so that sales in 2023 can be stable or increase. This research uses a qualitative descriptive research method. The data collection technique used was through interviews with 6 selected sources who met the criteria determined by the researcher. In this research, the data obtained from interviews is presented in in-depth descriptive form with the result that there are 4 things that buyers consider when deciding to purchase, namely: price changes, differences in offers, personal needs, psychological conditions.

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Adanya berita yang muncul pada tahun 2019 bahwa ada virus terbaru dan berbahaya yang terjadi di Indonesia. Virus ini di infokan sangat berbahaya bagi manusia yaitu virus Covid 19. Gejala umum di antaranya seperti demam, batuk, dan sesak napas. Berita Covid 19 ini muncul dimana mana di televisi maupun di berbagai sosial media lainnya dan karena adanya virus ini membuat semua orang Indonesia panik akan hal tersebut. Virus yang berbahaya ini membuat orang takut karena serangan tersebut bisa berunjuk kematian, di sertai warga indonesia melihat banyak nya berita di TV yang menakutkan membuat mereka takut keluar rumah dan menjaga kondisi mereka agar tetap stabil dan sehat terus. Akibat dari virus ini orang-orang keluar dari rumah mereka hanya untuk kepentingan

mereka saja, kalau tidak ada kepentingan mereka lebih memilih untuk di rumah saja demi kesehatan mereka dan keluarga mereka. Tetapi tidak semua orang bisa di rumah, karena ada beberapa dari mereka yang harus bekerja setiap harinya.

Berita Covid yang muncul di media sosial semakin hari semakin melonjak sampai Virus Covid ini ada berbagai varian seperti varian delta, varian beta, varian gamma, dan lain lain. Virus Covid 19 ini melonjak terus setiap harinya di sebabkan banyak nya warga Indonesia yang melanggar kebijakan pemerintah seperti tidak memakai masker, berkerumunan ramai dan lain lain. Maka dari itu pemerintah menetapkan kebijakan baru yaitu di lakukan PSBB, jam operasional mall di kurangi, dan untuk masyarakat yang bekerja kantoran dan anak anak yang sekolah di lakukan sistem WFH (Work Form Home). Semenjak kejadian ini orang - orang menjadi terbiasa di rumah dan untuk membeli perlengkapan dan peralatan yang mereka butuhkan, mereka lebih memilih belanja online karena lebih praktis dan mereka tinggal menunggu barang datang di rumah tanpa mereka harus keluar lagi untuk membeli barang . Maka dengan demikian belanja online menjadi habbit mereka dalam memenuhi kebutuhannya.

Karena adanya pandemi ini maka belanja online marak terjadi. Dari banyaknya marketplace yang ada, salah satu marketplace yang banyak digunakan orang yaitu marketplace shopee. Di marketplace shoppe menjual berbagai macam seperti peralatan rumah tangga, keperluan anak, obat-obatan, fashion wanita dan kebutuhan lainnya. Marketplace shoppe merupakan aplikasi yang menjual barang barang dan kebutuhan pokok lainnya yang lengkap sehingga banyak masyarakat indonesia suka berbelanja di marketplace shoppe. Selain itu di dalam marketplace shoppe juga bisa membeli barang dari luar negeri. Dalam marketplace shoppe ini memiliki ribuan bahkan ratusan seller yang menjual produk sejenis dengan variasi yang beragam.

Banyaknya penjual di marketplace shoppe ini membuat banyaknya variasi produk yang membuat daya tarik tersendiri untuk pembeli karena pembeli memiliki banyak opsi dalam memenuhi kebutuhannya. Maka dengan ini masyarakat bisa memilih dan menentukan opsi toko mana yang akan mereka beli dan penjualan dari suatu toko online bisa terus meningkat karena masyarakat merasa belanja online merupakan suatu kondisi yang memungkinkan di saat pandemi. Masyarakat lebih mementingkan kesehatan keluarga mereka daripada mereka harus keluar rumah hanya untuk membeli keperluan yang mereka butuhkan. Masyarakat melihat dengan belanja online ini kebutuhan dan keinginan mereka bisa terpenuhi. Bisa dicontohkan dengan adanya salah satu bisnis online yang ada di shopee yaitu Toko Online Solid Fashion.

Toko Solid Fashion ini menjual berbagai macam fashion wanita dari tas wanita, baju wanita, sepatu wanita, dan kebutuhan fashion lainnya. Ada beberapa penyebab yang diinginkan pelanggan yang akhirnya membuat pelanggan membeli produk di toko online Solid Fashion ini. Tidak jarang beberapa pelanggan juga melakukan repeat order di toko online Solid Fashion ini. Di buktikan dengan adanya data penjualan Toko Online Solid Fashion pada saat covid lagi marak di tahun 2020. Adanya data tersebut menunjukan bahwa omset penjualan dari toko online Solid Fashion pada tahun 2020 setiap bulannya mengalami kenaikan

Tetapi seiring berjalananya waktu pada tahun 2023 ini termasuk era new normal. Berita covid sudah tidak terlalu terdengar di masyarakat atau hampir menghilang. Oleh sebab itu masyarakat bisa dan berani keluar rumah seperti dahulu. Sebagian besar masyarakat sudah mulai menjalankan aktifitas kembali seperti jalan jalan di mall, berkerumunan dengan teman teman, dan saling berinteraksi secara langsung. Maka dengan demikian pada tahun 2023 ini masyarakat lebih berani menjalankan aktifitas di luar rumah di bandingkan dengan ketakutan keluar rumah di tahun 2020.

Karena banyaknya masyarakat yang sudah mulai menjalankan aktifitasnya untuk berani keluar rumah maka muncul masalah baru. Masalah terbesar khusus nya untuk penjual online. Masalah baru nya yaitu penjualan online menjadi menurun atau tidak stabil. Jenis kategori barang yang di jual sama dengan kategori yang sebelumnya yaitu kategori fashion. Tetapi tetap untuk penjualan online dalam setiap bulan mengalami penurunan yang cukup signifikan. Karena penurunan yang terjadi maka Solid Fashion harus menemukan strategi baru yang tepat agar penjualan bisa berkembang kembali.

Karena adanya penurunan dari penjualan Toko Online Solid Fashion maka peneliti ingin merencanakan strategi agar penjualan Toko Online Solid Fashion dapat di tingkatkan. Maka dengan ini hal penting yang harus di perhatikan dalam menyusun strategi yaitu dengan melihat apa yang menjadi dasar pembeli memutuskan pembeliannya. Di samping karena adanya ketakutan masyarakat untuk keluar rumah pada tahun 2020 membuat orang lari ke toko Online di bandingkan dengan tahun 2023 ini, tetapi peneliti ingin mencari tahu lebih dalam mengenai penyebab lain yang diinginkan pelanggan dalam menentukan keputusan pembeliannya di tahun 2020 lalu. Hal ini karena terjadi penurunan yang signifikan dari toko Online Solid Fashion di tahun 2020 di bandingkan tahun 2023.

Dengan adanya penelitian ini yang berjudul Perilaku Konsumen Belanja Online di Solid Fashion - Shopee Pasca Pandemi Covid. Peneliti ingin mengetahui perilaku yang menjadi dasar mereka memutuskan keputusan pembelian pada toko online Solid Fashion. Maka dengan demikian di harapkan penjualan pada toko online Solid Fashion pada tahun 2023 ini lebih di tingkatkan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Menurut Syamsul Bahry dan Fakhry Zamzam (2015:3) dalam kutipan Rizky Bagas Pratama (2020) metode penelitian adalah suatu cara untuk mendapatkan kembali permasalahan yang diajukan. Sedangkan menurut Priyono (2016:1) dalam kutipan Rizky Bagas Pratama (2020) metode penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Tidak hanya itu menurut Sugiyono (2017:3) dalam kutipan Rizky Bagas Pratama (2020) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Maka berdasarkan pengertian dari para ahli diatas, metode penelitian bisa disimpulkan merupakan langkah-langkah atau cara dalam memecahkan suatu masalah dengan tujuan tertentu yaitu menemukan kebenaran yang terjadi. Dengan demikian dalam melakukan suatu penelitian hendaknya menentukan terlebih dahulu dengan mencari metode penelitian yang sesuai dengan penelitian yang akan diteliti. Metode penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif.

Menurut Sugiyono (2018:13) dalam kutipan Faini Dawati (2020) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandasi pada filsafat positivisme, berguna untuk meneliti pada populasi atau narasumber tertentu, teknik pengambilan narasumber pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut (Bungin, 2011:68) dalam kutipan Theressa Junica Nusamara (2022) pendekatan kualitatif adalah untuk dapat menggambarkan serta memberikan ringkasan berbagai situasi, kondisi serta berbagai fenomena realitas sosial yang terjadi di masyarakat yang telah menjadi objek penelitian sekaligus berusaha untuk dapat menyimpulkan sebuah realitas itu sebagai suatu ciri, karakter, sifat, tanda, atau gambaran tentang keberadaan sebuah kondisi, situasi, serta fenomena tertentu

Melalui penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, untuk mengetahui Perilaku Belanja Online di Solid Fashion - Shoppe Pasca Pandemi Covid. Alasan peneliti mengambil metode penelitian kualitatif ini karena penelitian ini bersifat historical yang pastinya dari narasumber yang diambil harus dibuktikan kebenarannya bahwa narasumber tersebut mempunyai bukti untuk memvalidasi penelitian ini. Bukti yang diberikan oleh narasumber yang dipilih yaitu berupa bukti transaksi / invoice pembelian bahwa narasumber tersebut benar adanya pernah membeli baju di Toko Online Solid Fashion pada platform bisnis online shopee ini. Dalam penelitian ini juga, peneliti menggunakan pendekatan penelitian yang ditinjau dari tujuan, penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif ini yang dimaksud adalah cara mendeskripsikan atau menjelaskan data yang sudah dikumpulkan melalui fakta sebenarnya sehingga dalam penelitian ini data akan dideskripsikan dalam bentuk uraian yang mendalam mengenai perilaku konsumen tersebut.

2.2 Sumber dan Jenis data

Menurut Sugiyono (2016) dalam kutipan Marshella Giovani (2020) data memiliki dua tipe yaitu yang pertama adalah data primer (data yang di ambil oleh peneliti secara langsung) dan data sekunder (data yang didapatkan peneliti dari beberapa sumber yang telah ada sebelumnya) . Menurut Sugiyono (2018:456) dalam kutipan Fairus (2020) data primer adalah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti. Sedangkan definisi sumber data sekunder menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:74) dalam kutipan Rizky Bagas Pratama (2020) menyebutkan bahwa sumber data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan sebagainya.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas bisa disimpulkan bahwa data primer yaitu data mentah yang diperoleh dari narasumber secara langsung yang perlu diolah kembali agar data tersebut bisa diteliti lebih lanjut, sedangkan data sekunder yaitu data yang sudah pasti dan sudah diolah yang bisa langsung digunakan lebih lanjut seperti data data pasti pada BPS / IDX. Maka berdasarkan pengertian para ahli diatas peneliti menggunakan sumber data primer.

Sumber data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari 6 narasumber yang telah dipilih yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria dari narasumber yang dipilih yaitu Masyarakat Indonesia yang pernah membeli fashion Wanita di Toko Online *Marketplace* Shoppe.

2.3 Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah ujung tombak sebagai pengumpul data (instrumen). Hal ini berguna sebagai alat peka dan dapat bereaksi terhadap segala stimulus dan lingkungan yang bermakna atau tidak dalam suatu penelitian.

2.3.1 Wawancara

Menurut Esterberg dikutip dalam Sugiyono (2013) dalam kutipan Faizal Ardyanto (2017) wawancara merupakan interaksi dua orang atau lebih untuk bertukar informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi / data terpercaya yang bisa menjadi jawaban atas permasalahan yang terjadi dalam penelitian. Wawancara yang dilakukan dengan cara peneliti memberikan pertanyaan mengenai objek yang diteliti kepada narasumber kemudian narasumber menjawab pertanyaan wawancara dan peneliti memahami dan mencatat jawaban narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai 6 orang narasumber atau narasumber yang pernah membeli fashion Wanita

di toko Solid Fashion pada *marketplace* shopee.

2.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen berupa buku, catatan, arsip, surat, majalah, surat kabar, jurnal, laporan penelitian, dan lain-lain. Dokumentasi yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini yaitu menampilkan arsip percakapan wawancara untuk sebagai bukti bahwa telah melakukan wawancara kepada narasumber.

2.3 Teknik Analisa Data

Menurut Umi Narimawati (2010:41) dalam kutipan Rizky Bagas Pratama (2020) menyatakan pengertian metode analisis sebagai berikut: "Metode analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan domukentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain". Teknik analisa data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian.

2.3.1 Reduksi Data (Data Reduction)

Menurut Sugiyono (2016:247) dalam kutipan Nuning Indah Pratiwi (2017) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dalam penelitian ini yaitu data yang telah diperoleh dilapangan mengenai perilaku konsumen belanja online di Solid Fashion - Shoppe Pasca Pandemi Covid dengan wawancara serta dokumentasi .

2.3.2 Penyajian Data (Display Data)

Setelah data direduksi kemudian tahap selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Menurut Sugiyono (2016:249) dalam kutipan Nuning Indah Pratiwi (2017) Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data dalam penelitian ini berfungsi untuk lebih memudahkan peneliti memahami data yang diperoleh di lapangan. Data dalam penelitian ini juga disajikan dalam bentuk tabel dan mendeskripsikan secara mendalam hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 6 narasumber yang ada.

2.3.3 Penarikan kesimpulan (Concluding Drawing Verification)

Langkah ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Menurut Sugiyono (2016) dalam kutipan Nuning Indah Pratiwi (2017) Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan akan dilakukan diakhir setelah dilakukan wawancara, serta dokumentasi. Setelah itu data akan disajikan dalam bentuk tabel yang diuraikan secara deskriptif yang singkat, dan penarikan kesimpulan dilakukan.

3. Hasil pembahasan

Dari kesimpulan data wawancara dapat disimpulkan penyebab yang paling utama mempengaruhi perilaku konsumen melakukan pembelian di Toko Online Solid Fashion yaitu adalah perubahan harga, kemudian yang kedua perbedaan penawaran, yang ketiga kebutuhan pribadi dan yang keempat adalah kondisi psikologis.

3.1 Perilaku konsumen Belanja Online akibat perubahan Harga

Selain itu perilaku konsumen dalam belanja online di Solid Fashion yang di inginkan pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian yaitu perubahan harga. Dari 6 narasumber yang ada diantaranya memperhatikan harga sebagai hal yang penting dalam menentukan keputusan di Toko Solid Fashion ini. Bahkan ada narasumber menyatakan bahwa harga merupakan salah satu yang terpenting dan terbesar dalam menentukan pembeliannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001) Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Maka dari itu harga merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan penjual. Dengan demikian dalam menentukan harga penjual juga harus melihat kompetitor, jika harga yang ditetapkan mahal dengan produk yang sejenis maka pelanggan tidak segan untuk membeli di tempat kompetitor. Maka bisa dijelaskan Menurut Charles W. Lamb, et al (2001: 60) dalam kutipan Intan Suti (2010), harga merupakan suatu hal yang diberikan dalam pertukaran untuk mendapatkan sesuatu barang maupun jasa. Maka dengan demikian harga merupakan penyebab pertimbangan yang sangat perlu diperhatikan dalam transaksi online ini, karena dari pelanggan akan siap membayar harga yang ada, jika barang yang didapatkan sesuai dengan ekspektasi mereka.

3.2 Perilaku konsumen Belanja Online kepada munculnya Media Belanja Baru

Menurut Porter dalam Putri (2012:14) dapat didefinisikan sebagai kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk mengadapi berbagai lingkungan yang dihadapi. Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif.

Dengan wawancara yang ada dapat di simpulkan bahwa penyebab yang di inginkan narasumber Michelle, Melieana, Diana, Arta dalam keputusan pembeliannya di tahun 2023 adalah karena adanya perbedaan penawaran yaitu munculnya *marketplace* baru yaitu tiktok *shop*. Dengan adanya tiktokshop memancing pengguna terutama narasumber yang ingin mencoba berbelanja dengan metode yang baru yaitu bisa melihat secara langsung produk tersebut melalui media live streaming.

3.3 Perilaku konsumen Belanja Online akibat adanya Kebutuhan Pribadi

Kebutuhan pribadi diartikan sebagai karakteristik seseorang yang berbeda dengan orang lain dan menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan, Kotler dan Keller (2016:206) dalam kutipan Dini Wahyuni (2020). Faktor pribadi tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, gaya hidup, keadaan ekonomi, serta kepribadian dan konsep diri.

Dalam kebutuhan pribadi ini di buktikan dengan pernyataan Narasumber Angel, Sherline, Melieana, dan Narasumber Diana ini di buktikan bahwa keinginan mereka berbelanja di Toko Online Solid Fashion pada tahun 2020 karena kebutuhan pribadi seperti pekerjaan yang harus mereka kerjakan selama pandemi seperti pembuatan konten untuk media sosial seperti tiktok, Instagram. Maka dari itu mereka membeli produk untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan pada saat pandemi berlangsung.

3.4 Perilaku konsumen Belanja Online akibat pandemi

Menurut Kotler & Amstrong (2014:159-174) dalam kutipan Ema Liani (2020)

mengemukakan bahwa pilihan atau keputusan pembelian konsumen dipengaruhi olehempat faktor psikologis utama yaitu: motivasi,persepsi,keyakinan dan pembelajaran.

Berdasarkan hasil wawancara narasumber, dapat di simpulkan penyebab yang di inginkan narasumber dalam menentukan keputusan pembeliannya pada tahun 2020 yaitu Kondisi Psikologis karena adanya persepsi bahwa narasumber tersebut membeli karena kebutuhan mendesak karena dengan adanya covid mereka tidak berani keluar rumah.

4. KESIMPULAN & SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 6 narasumber yang membeli di Solid Fashion - Shopee, maka Perilaku Konsumen dalam menentukan keputusan pembelian di Solid Fashion dalam platform bisnis online shopee ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Hal yang paling di inginkan narasumber dalam menentukan pembelian di Solid Fashion - Shoppe ini yaitu perubahan harga, dari 6 narasumber menyatakan bahwa harga dan juga gratis ongkir prioritas utama dan merupakan salah satu pertimbangan penting yang harus diperhatikan dan merupakan alasan mereka tidak berbelanja kembali di Solid Fashion pada tahun 2023. Penyebab kedua yang di petimbangkan adalah perbedaan penawaran karena munculnya tiktokshop yang menyebabkan sebagian orang berpindah berbelanja dan mencoba sesuatu yang baru. Alasan ketiga yang di inginkan adalah kebutuhan pribadi karena mereka membeli barang di Solid Fashion karena untuk kebutuhan gaya hidup dan juga kepentingan pribadi seperti pekerjaan mereka yang mengharuskan membeli baju untuk keperluan konten.

4.2 Saran

Untuk pebisnis baru yang akan memasuki dunia online harus mengetahui apa yang diinginkan dan diperlukan oleh masyarakat. Kondisi psikologis merupakan kunci utama perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian maka untuk pebisnis baru pertama kali hendaknya harus membuat strategi agar masyarakat memiliki pandangan positif ke arah bisnis yang akan dijalankan. Untuk pebisnis baru yang akan bersaing dengan banyaknya competitor, harus memperhatikan target pasar terlebih dahulu, melalui penelitian ini maka disarankan lebih baik mengutamakan kualitas produk sebagai kunci bisnisnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari bahwa selama proses menulis penelitian ini sampai dengan terselesaikannya penelitian ini banyak pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikannya. Maka Peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu peneliti, pihak tersebut yakni :

1. Yth. Bapak F.Priyo Suprobo,ST,MT., selaku Rektor Univ. Widya Kartika
2. Yth. Bapak Arief Budiman B.S.,M.M., selaku Dekan Univ. Widya Kartika
3. Yth. Bapak Erwin Rediono Tan, MBA. selaku Dosen Pembimbing 1
4. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 2
5. Yth. Bapak Muis Murtadho SE., MM.
6. Yth. Bapak Prof. Dr. Drs.Ec. Herman Budi Sasono, M.M.
7. Yth. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika.
8. Yth. Orang tua, saudara, teman serta informan yang telah membantu peneliti dalam penyusunan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnita.Lisa (2020). Analisis Faktor yang Mendorong Belanja Online Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram
- Astasari.Apriyanti (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa Uny
- Aziz.Abdul (2018). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart kecamatan Tamalate Kota Makassar
- Khairina. S. R, Azzahro. R. F dan Shaffiyah. S (2022). Anti- Bacterial Ointment With Binahong Leaf Extract
- M. Aldi (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 Pada PT. Sinar Galesong Pratama di Makassar
- M, A., Sanusi, H., & Rizal, S. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria f 150 Pada Pt. Sinargalesong 68 Pratama Di Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability* Vol 2, No 1, 90-102.