

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis adanya perbedaan persepsi konsumen, terhadap karakteristik konsumen pada online shop. Karakteristik konsumen yang dibahas pada penelitian ini adalah personal karakteristik dimana dibagi menjadi 3 dimensi yaitu gender, generasi dan pekerjaan. Pada persepsi konsumen di bagi menjadi 6 dimensi yaitu informasi produk, pembayaran online, kenyamanan, sikap konsumen, kemudahan akses, *flexibility*. Berdasarkan tujuan penelitian maka tujuan penelitian ini adalah *Descriptif*. Dengan metode survey kuesioner dan menggunakan metode pengolahan data anova di dukung oleh software SPSS 24.0. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang mampu menggunakan internet dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dan menggunakan *purposive sampling*.

Kata-kata kunci: persepsi konsumen, karakteristik konsumen, online shop



ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the existence of differences in consumer perceptions, to the characteristics of consumers in the online shop. Characteristics of consumers discussed in this study are personal characteristics which are divided into 3 dimensions of gender, generation and work. In the consumer perception is divided into 6 dimensions: product information, online payment, convenience, consumer attitude, ease of access, flexibility. Based on the research objectives, the purpose of this study is Descriptive. By questionnaire survey method and using data processing method anova supported by software SPSS 24.0. The population of this study is the people who are able to use the internet by taking a sample of 100 respondents. The technique used in sampling is non probability sampling and using purposive sampling.

Keywords: consumer perceptions, consumer characteristics, online shop



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Prilaku Konsumen	9
2.1.2 Model Prilaku Konsumen	11
2.1.3 Organism	13
2.1.4 Psikologi Konsumen	16
2.1.4.1 Informasi Produk	17

2.1.4.2 Pembayaran Online	18
2.1.4.3 Kenyamanan Berbelanja	19
2.1.4.4 Konsumer Atitude	20
2.1.4.5 Kemudahan	22
2.1.4.6 Flexibility	22
2.1.5 Karakteristik Konsumen	23
2.1.5.1 Gender	23
2.1.5.2 Generasi	24
2.1.5.2 Pekerjaan	27
2.1.6 Riset Empiris	28
2.2 Rerangka Teori	31
2.3 Rerangka Pemikiran	32
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Metode Analisis Data	36
3.4.1 Uji Validitas	37
3.4.2 Uji Reliabilitas	39
3.5 DOV	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden	48
4.1.1.1 Jenis Kelamin	49
4.1.1.2 Generasi	50
4.1.1.3 Pekerjaan	51
4.1.1.4 Tipe Produk yang Sering Dibeli Online	52

4.1.1.5 Website yang Sering Digunakan	55
4.1.2 Hasil Tanggapan Responden Tentang informasi	
Produk (IP1)	56
4.1.3 Hasil Tanggapan Responden Tentang Informasi	
Produk (IP2)	57
4.1.4 Hasil Tanggapan Responden Tentang Pembayaran	
Online (PO1)	58
4.1.5 Hasil Tanggapan Responden Tentang Pembayaran	
Online (PO2)	59
4.1.6 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan	
(K1)	60
4.1.7 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan	
(K2)	61
4.1.8 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan	
(K3)	62
4.1.9 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan	
(K4)	63
4.1.10 Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap	
Konsumen (SK1)	64
4.1.11 Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap	
Konsumen (SK2)	65
4.1.12 Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap	
Konsumen (SK3)	66
4.1.13 Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap	
Konsumen (SK4)	67
4.1.14 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kemudahan	
Akses (KA1)	68
4.1.15 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kemudahan	

Akses (KA2)	69
4.1.16 Hasil Tanggapan Responden Tentang Flexibility	
(F1)	70
4.1.17 Hasil Tanggapan Responden Tentang Flexibility	
(F2)	71
4.2 Hasil Uji Asumsi Homogeneity of Variance	72
4.2.1 Homogeneity of Variance berdasarkan Generasi	73
4.2.2 Homogeneity of Variance berdasarkan Pekerjaan	73
4.3 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	74
4.3.1 Uji Hipotesis 1.....	76
4.3.2 Uji Hipotesis 2	78
4.3.3 Uji Hipotesis 3	80
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	82
5.2 Keterbatasan Penelitian	84
5.3 Implikasi Manajerial	84
5.4 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	12
Gambar 2.2	Faktor Situasional Penenetu Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.3	Faktor Situasional Penenetu Perilaku Konsumen	15
Gambar 2.4	Riset Empiris	28
Gambar 2.5	Rerangka Teori	31
Gambar 2.6	Rerangka pemikiran	32
Gambar 3.1	Likert Scale	35
Gambar 4.1	Model Penelitian	74



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Hasil Pengujian Validitas 37
Tabel 3.2	Hasil Pengujian Realibilitas 39
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel 41
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Generasi 50
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 51
Tabel 4.4	Tipe Produk yang Sering Dibeli Online 52
Tabel 4.5	Website Yang Sering Digunakan 55
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Tentang Informasi Produk (IP1) 56
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan responden Tentang Informasi Produk (IP2) 57
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Tentang Pembayaran Online (PO1)..... 58
Tabel 4.9	Hasil Tanggapan Responden Tentang Pembayaran Online (PO2) 59
Tabel 4.10	Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan (K1) 60
Tabel 4.11	Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan (K2) 61
Tabel 4.12	Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan (K3) 62
Tabel 4.13	Hasil Tanggapan Responden Tentang Kenyamanan (K4) 63
Tabel 4.14	Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap Konsumen (SK1) 64
Tabel 4.15	Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap Konsumen (SK2) 65
Tabel 4.16	Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap Konsumen (SK3) 66
Tabel 4.17	Hasil Tanggapan Responden Tentang Sikap Konsumen (SK4) 67
Tabel 4.18	Hasil Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Akses (KA1) 68
Tabel 4.19	Hasil Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Akses (KA2) 69
Tabel 4.20	Hasil Tanggapan Responden Tentang Flexibility (F1) 70
Tabel 4.21	Hasil Tanggapan Responden Tentang Flexibility (F2) 71
Tabel 4.22	Hasil Uji Homogeneity Berdasarkan Generasi 73
Tabel 4.23	Hasil Uji Homogenuty Berdasarkan Pekerjaan 73
Tabel 4.24	Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Gender 75
Tabel 4.25	Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Generasi 78
Tabel 4.26	Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Pekerjaan 80

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuesioner Penelitian	88
Lampiran B	Hasil Pengolahan Data SPSS <i>Frequencies Variabel</i>	91
Lampiran C	Hasil Pengolahan Data SPSS Validitas dan realibilitas.....	99
Lampiran D	Hasil Pengolahan Data SPSS Uji hipotesis	109

