

Analisis motivasi konsumen online dalam melakukan Impulse Buying pada transaksi C2C Commerce: studi pada forum jual beli Kaskus = Analysis of online consumer's motivation in impulse buying behavior within C2C Commerce transaction : studies of forum jual beli Kaskus

Ilmalana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20320030&lokasi=lokal>

Abstrak

Perilaku pembelian-terencana yang dilakukan oleh konsumen online kini mulai bergeser pada perilaku pembelian tidak-terencana seperti impulse buying. Fenomena ini terjadi pada transaksi C2C commerce, sekalipun pemasar tidak memiliki kontrol yang besar seperti layaknya di B2C commerce. Penelitian ini bertujuan untuk memahami motivasi yang mendasari konsumen online dalam melakukan pembelian impulsif pada transaksi C2C commerce seperti yang diterapkan di FJB Kaskus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode in-depth interview untuk memperoleh gambaran mendalam dan menyeluruh mengenai motivasi konsumen online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pembelian dilatarbelakangi oleh kebutuhan hedonistik dan interaksi sosial yang terjalin di Kaskus yang merupakan komunitas virtual.

.....Planned-buying behavior by online consumers are now starting to shifted to unplanned-buying behavior such as impulse buying. This phenomenon occurs in the transaction of C2C commerce, though marketers have less-control rather than in B2C commerce. This research aims to understand underlying motivations of online consumers' in doing an impulse buying in C2C commerce's transaction as applied in FJB Kaskus. This research uses qualitative approach with in-depth interview method to obtain an in-depth and thorough overview of the motivation of online consumers. The results showed that impulse buying's motivation is effected by hedonist needs and social interaction that are intertwined in Kaskus as a virtual community.