

Pengaruh gaya hidup, favorite promotions strategy dan orientasi belanja terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja online di Instagram = The influences of lifestyle favorite promotions strategy and shopping orientation towards the students consumptive behaviour in online shopping in Instagram / Karla Juanita

Karla Juanita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413416&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan akses internet semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas, salah satunya berbelanja. Disamping itu, toko online kini sudah semakin beragam dan tidak hanya hadir dalam bentuk website, tapi juga hadir di media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor yang secara signifikan paling mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja online di Instagram. Peneliti berargumen bahwa semakin banyak toko online di media sosial dan kemudahan dalam mengaksesnya mendorong intensitas mahasiswa untuk terus mengonsumsi barang lewat belanja online. Disamping itu peneliti juga berpendapat bahwa kehadiran media sosial memiliki pengaruh yang kuat dalam perilaku konsumtif belanja online mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa merupakan faktor yang secara signifikan paling mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja online di Instagram. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa efisiensi dan nilai kegunaan dalam berbelanja di toko online menjadi salah satu penyebab minat konsumen untuk terus membeli barang melalui toko online. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 33 mahasiswa yang pernah berbelanja online di Instagram. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling.

<hr>

ABSTRACT

The development of internet access facilitate in many activities, one of them is shopping. In addition, the online store nowadays more varied and not only present in the website, but also in social media. The purpose of this study was to determine the factors that most significantly affect consumptive behaviour of students in online shopping in Instagram. Researchers argue that a growing number of online stores on social media and easiness to access it encourage students to continue consuming through online shopping. Besides, the researchers also found the presence of social media have a strong influence on consumptive behaviour of students in online shopping. These results indicate that the student lifestyle is a factor that most affects consumptive behaviour of students in online shopping in Instagram. In contrast to previous studies show that the efficiency and utility value in shopping at online stores to be one of the causes consumers to continue to purchase goods through online stores. In this study, the research method used is quantitative method of collecting data by distributing questionnaires to 33 students who have ever shopped online in Instagram. The sampling technique used is purposive sampling.