

Analisis jaringan sosial pada pelanggan toko daring studi kasus : pelanggan toko daring Heaven Lights = Social network analysis on online store customers case study online shop customers Heaven Lights

Mella Yoanita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468872&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Fenomena yang saat ini marak terjadi adalah perkembangan teknologi dan kaitannya dengan gaya hidup masyarakat dalam segala aspek, salah satunya adalah dalam perilaku konsumsi. Munculnya teknologi menjadikan terjadinya perubahan sistem jual beli yang awalnya konvensional secara tradisional menjadi nonkonvensional melalui sistem online daring . Masyarakat merasa nyaman dengan adanya sistem jual beli secara daring dibandingkan dengan luring offline karena memperoleh berbagai kemudahan. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa ketertarikan seseorang untuk berbelanja daring disebabkan adanya faktor demografi, teknologi serta ekonomi; dan keberlanjutan berbelanja daring ini disebabkan adanya kepercayaan yang dibangun melalui jaringan sosial yang sudah ada. Penulisan ini memiliki argumen bahwa selain jaringan sosial yang ada dapat memperkuat perkembangan toko daring, toko daring juga menciptakan adanya jaringan sosial baru melalui perilaku konsumsi yang dilakukan oleh para pelanggannya. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam kepada sembilan 9 informan dan melakukan observasi sebagai data pendukung.

<hr>

ABSTRACT

The phenomenon that is currently happening is vibrant technological development and connection with the lifestyle of society in all aspects, one of which is in the behavior of consumption. The emergence of technology makes the occurrence of system change and selling originally conventional traditional becomes non conventional online . The community is comfortable with the existence of a system of buying and selling online compared to offline since acquiring a variety of ease. Previous studies mention that the interest of someone to shop online due to demographic factors, technology and economy and sustainability of this online shopping due to the trust that was built through the social networks that already exist. The writing has an argument that in addition to existing social networks can strengthen the development of the online store, the online store is also creating new social networking presence through the behavior of consumption conducted by its customers. This article uses a qualitative approach with in depth interviews to nine informants and conduct observations as supporting data.