

Apakah laki-laki lebih shopaholic dalam belanja online? Perbedaan preferensi gender dalam belanja online = Is men more shopaholic online? Gender difference in online shopping

Muhammad Faizal Pradhana Putra Masemi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474126&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah perbedaan preferensi gender dalam kegiatan berbelanja online masih terjadi hingga saat ini dimana pengguna internet antara laki-laki dan perempuan semakin menuju kata seimbang. Fokus yang ingin dilihat adalah dari segi tingkat emosional, tingkat kepraktisan, dan juga tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh setiap individu dalam berbelanja online, yang dilihat hubungannya terhadap frekuensi belanja online dan pengeluaran belanja online. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuisisioner yang dapat diisi secara online. Penelitian ini menemukan bahwa perempuan lebih sering melakukan belanja online dibandingkan laki-laki, namun dalam hal total pengeluaran justru nilai yang dihasilkan oleh laki-laki lebih besar. Tingkat kepercayaan menjadi faktor terbesar bagi laki-laki dalam menentukan seberapa sering dan seberapa besar mereka melakukan kegiatan berbelanja online. Sifat risk aversion secara umum yang dimiliki oleh laki-laki memiliki pengaruh terhadap kegiatan mereka dalam belanja online, sedangkan perempuan tidak ada pengaruh yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah perbedaan preferensi gender dalam kegiatan berbelanja online masih terjadi hingga saat ini dimana pengguna internet antara laki-laki dan perempuan semakin menuju kata seimbang. Fokus yang ingin dilihat adalah dari segi tingkat emosional, tingkat kepraktisan, dan juga tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh setiap individu dalam berbelanja online, yang dilihat hubungannya terhadap frekuensi belanja online dan pengeluaran belanja online. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuisisioner yang dapat diisi secara online. Penelitian ini menemukan bahwa perempuan lebih sering melakukan belanja online dibandingkan laki-laki, namun dalam hal total pengeluaran justru nilai yang dihasilkan oleh laki-laki lebih besar. Tingkat kepercayaan menjadi faktor terbesar bagi laki-laki dalam menentukan seberapa sering dan seberapa besar mereka melakukan kegiatan berbelanja online. Sifat risk aversion secara umum yang dimiliki oleh laki-laki memiliki pengaruh terhadap kegiatan mereka dalam belanja online, sedangkan perempuan tidak ada pengaruh yang signifikan.

<hr>

ABSTRACT

This study aimed to see if the difference of gender preference in online shopping still happens to this day. Our focused are about the emotional level, the level of practicality, and also the level of trust felt by every individual in terms of online shopping, which views its relationship towards the frequency of online shopping and the total amount spent on online shopping. The technique of data collection is done by questionnaire that can be filled online. on online shopping done by women. This research found that women are more often do online shopping than men, but in terms of total spending, men spend more than women. Level of trust become the biggest factor for men in deciding how often they do online shopping and how much money they spend in online shopping. The nature of risk aversion generally owned by men have influence on their activities in online shopping, while women no significant effects.