

Asesmen Perubahan Pola Perjalanan Belanja akibat Perkembangan E-commerce = Assessing the Change of Shopping Trip Pattern due to the Growth of E-Commerce

Hanif Nurindra Nazaroedin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490512&lokasi=lokal>

Abstrak

Belanja online (online shopping) telah menjadi kebiasaan belanja masyarakat di era digital. Kebiasaan belanja melalui e-commerce ini terus berkembang karena aksesnya yang mudah dan bisa dilakukan kapan saja. Jika dulu konsumen harus melakukan perjalanan belanja (shopping trip) untuk memenuhi kebutuhan belanjanya, sekarang dapat digantikan atau dilengkapi melalui online shopping. Namun, online shopping sebagai alternatif belanja belum dapat dilihat secara jelas dampaknya apakah telah menggantikan belanja konvensional atau hanya sebagai pelengkap dalam kegiatan belanja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perubahan pola perjalanan belanja konsumen akibat online shopping. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan melakukan survey mengenai karakteristik perjalanan yang dilakukan konsumen. Kemudian dilakukan pengujian menggunakan metode chi square terhadap jawaban konsumen untuk mengetahui perubahan yang terjadi kepada konsumen. Setelah pengujian dilakukan, ditemukan terjadi perubahan yang signifikan dalam hal frekuensi perjalanan belanja konsumen, baik pada perjalanan belanja utama maupun perjalanan belanja tambahan. Namun, pada aspek jenis perjalanan, moda yang digunakan dan destinasi belanja ditemukan perubahan tetapi tidak cukup signifikan.

.....Online shopping has become a public shopping habit in the digital era. People often prefer this method because of its convenient, they can do it anytime anywhere. In the past, consumers used to make a shopping trip to shopping centers in order to fulfill their needs. Today, that activity can be substituted or complemented with online shopping. But, it is still unclear whether online shopping as an alternative shopping method has replaced conventional shopping method. This research aims to analyze the changes of consumer's change of shopping trip pattern due to online shops.