

# HELVA HELEND A PRISILA

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 02-Jun-2022 03:43AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1848976513

**File name:** HELVA\_HELEND A\_PRISILA.docx (166.36K)

**Word count:** 1173

**Character count:** 7809

**MOTIVASI DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE*  
MELALUI APLIKASI SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Tribhuwana  
Tunggadewi Malang)**

**1  
SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH:**

**HELVA HELENDIA PRISILA**

**NIM 2018120133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANAN TUNGGADEWI**

**MALANG**

**2022**

## **RINGKASAN**

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui motivasi mahasiswa universitas tribhuwana tunggadewi dalam membuat keputusan berbelanja *online* melalui aplikasi *shopee*. Jenis penelitian yang diaplikasikan yakni penelitian kualitatif deskriptif dengan maksud memahami kejadian atas segala hal yang dialami oleh subjek penelitian, peneliti menganalisis data berdasarkan informasi yang didapatkan dari dokumentasi, observasi, dan wawancara kepada mahasiswa yang menggunakan aplikasi *shopee*, informan penelitian ini menargetkan mahasiswa manajemen angkatan 2018 universitas tribhuwana tunggadewi malang. Metode penelitian yang diaplikasikan yakni metode kualitatif. Temuan dari pembahasan yang telah diteliti membahas mengenai bahwa aplikasi *shopee* merupakan akses untuk berbelanja *online* dimana motivasi mahasiswa dalam membuat keputusan belanja *online* tentu nya ada faktor yang membuat mahasiswa menyukai aplikasi tersebut, karena aplikasi *shopee* bisa di katakana toko elektronik dengan kecanggihhan aplikasi, dimana sebanyak 43,6% mahasiswa Angkatan 2018 menyukai belanja *online*, mahasiswa termotivasi berbelanja *online* pada nilai 19,9%, dikarenakan mahasiswa paling mudah menerima perubahan zaman, terlebih lagi dengan perkembangan teknologi internet yang semakin maju telah merubah gaya hidup dan pola pikir sebagian mahasiswa.

***Kata Kunci:*** *Motivasi rasional, motivasi emosional, keputusan belanja online, Aplikasi shopee.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Kemajuan internet pada era modern semakin mutakhir dan terus menunjukkan kemajuan, kemajuan internet yang pesat membuat internet menjadi sebuah kebutuhan dari kehidupan manusia, terlebih lagi mahasiswa masa kini. Kemajuan pada teknologi dirasa menguntungkan oleh masyarakat luas, lain halnya Ketika dulu internet hanya untuk media komunikasi atau media memberikan dan mengetahui informasi, sekarang layanan internet memberikan sangat banyak manfaat salah satunya untuk menjalankan usaha secara *online*, serta sekarang ada yang namanya trend berbelanja *online*. Internet juga menyebabkan munculnya perubahan yang memiliki pengaruh akan kehidupan manusia, seperti tempat berbelanja saat ini yang menggunakan aplikasi *Shopee*.

Di masa sekarang berbelanja *online* melalui aplikasi merupakan akses yang banyak diminati dan menjadi motivasi bagi kita untuk berjualan atau berbelanja secara *online*, Setiap tahun dari aplikasi *shopee* mengalami peningkatan dari kuartal 1 sampai kuartal 4 sepanjang 2021, dan angka peningkatan tersebut cukup bervariasi mulai dari 1,5 % menjadi 127 juta kali kunjungan pada kuartal kedua, untuk kuartal 3 jumlah kunjungan meningkat sampai 5,8 % yaitu 96,5 juta, dari kuartal 2-3 meningkat 4,3%. lalu disusul pada kunjungan kuartal 4 meningkat hingga 34% atau 129,3 juta. Bagaimana tidak karena dunia cakupan digital sudah semakin pesat dan orang-orang lebih menginginkan hal-hal yang serba praktis dimulai dari berbelanja, memesan makanan, bahkan sekarang banyak yang berbisnis di rumah hanya dengan menggunakan media sosial terutama berjualan melalui aplikasi *Shopee* (A. P. Mardiana & A Octavia, 2020).

Dengan terus bertambahnya peminat dan pengguna belanja *online* dikarenakan layanan internet yang murah dan mudah, maka *trend* berbelanja melalui aplikasi *Shopee* semakin berkembang ( I. D. Nugroho & Sarah S, 2021). Hal ini diakibatkan karena pandemi covid-19, dimana semua orang tidak bisa bepergian kemana-mana secara bebas, terkecuali jika ada urusan yang mendesak, semua dilakukan di rumah, mulai dari, bekerja, ibadah, belajar, kuliah, wisuda dan lain-lain. Selain itu, juga ada *social distancing* (jaga jarak) sehingga hampir semua sektor dan aktivitas semua orang terbatas sehingga hanya bisa melaksanakan kegiatan di dalam rumah dan menimbulkan rasa bosan. Dengan adanya *gadget* menjadi salah satu penghilang kebosanan karena cenderung membuat betah di rumah, dengan *gadget* banyak hal yang mampu

untuk dilakukan seperti, bermain *game*, menonton *youtube*, dan bermain sosmed, apalagi sekarang ada fitur aplikasi *shopee* yang sedang ramai diminati, membuat orang-orang termasuk mahasiswa tertarik menggunakannya untuk berbelanja *online*, mulai dari berbelanja pakaian, produk kecantikan, dan barang yang sedang trendi. Dari hal inilah timbul motivasi dalam membuat keputusan berbelanja yang dilakukan orang-orang termasuk mahasiswa untuk membuat keputusan berbelanja *online* melalui aplikasi *shopee*.

Motivasi mahasiswa dalam membuat keputusan belanja *online* menggunakan aplikasi *shopee* yaitu, karena mahasiswa merupakan salah satu bagian dari lapisan masyarakat yang banyak menggunakan teknologi informasi dalam kesehariannya. Hal ini tidak berbeda jauh dengan alasan orang-orang secara umum, yaitu awal mula membuka sosmed, seperti *Instagram*, *facebook*, *youtube* dan lain-lain, disela-sela itu ada banyak iklan *shopee* yang menawarkan barang serta produk dan hal lain yang menarik ditambah ada promo dan diskon besar-besaran serta setiap bulan ada yang namanya tanggal cantik yaitu promo untuk gratis ongkir,. Aplikasi *Shopee* juga mudah dan cepat, metode pembayaran dalam aplikasi *shopee* juga bermacam pilihan bisa melalui COD (*cash on delivery*) atau bisa melakukan transaksi melalui aplikasi OVO, GO PAY, PAY LATER, dan SHOPPE PAY (mengisi koin).

Dengan cara yang menarik seperti itu tentunya mahasiswa tertarik untuk menggunakan aplikasi *shopee*, selain dari gambar-gambar produk yang ditampilkan mahasiswa juga dapat melihat ulasan, pemberian bintang, spesifikasi barang/ detail produk tersebut, dari situ mahasiswa memiliki motivasi sehingga memutuskan untuk membeli produk melalui aplikasi *shopee*. Berdasarkan data yang ditemukan melalui Kompasiana.com 2012 menunjukkan dimana sebanyak 43,6% mahasiswa Angkatan 2018 menyukai belanja *online*, mahasiswa termotivasi melakukan pembelian secara *online* sebanyak 19,9%, dikarenakan pelajar paling mudah menerima perubahan zaman, terlebih lagi dengan perkembangan teknologi internet yang semakin maju telah merubah gaya hidup dan pola pikir sebagian mahasiswa. mahasiswa akan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mencari lebih banyak informasi mengenai hal yang berkaitan dengan sesuatu yang sedang *trendi*, seperti *tren* berbelanja *online* melalui aplikasi *shopee*. Sebab *Shopee* mulai berkembang dan memberikan kemudahan dalam hal berbelanja, dan juga mahasiswa yang sebagian besar telah memanfaatkan kecanggihan teknologi, serta peningkatan belanja *online* dikalangan mahasiswa juga menunjukkan semakin eksis aplikasi *shopee* di kalangan mahasiswa. Berdasarkan uraian latar belakang diatas inilah yang menjadi alasan peneliti tertarik untuk memilih judul mengenai *shopee*, maka dari itu penelitian ini mengambil judul “Motivasi Dalam Membuat Keputusan Belanja *Online* Melalui

Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang).

## 1.2. Rumusan Masalah

Apakah yang menjadi motivasi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi dalam membuat keputusan berbelanja online melalui aplikasi shopee?

### 3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui motivasi mahasiswa unitri dalam membuat keputusan berbelanja online melalui aplikasi shopee

### 4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

#### a. Manfaat Teoritis

Diharapkan temuan penelitian mampu menambah wawasan mengenai motivasi mahasiswa manajemen dalam membuat keputusan belanja online melalui aplikasi *Shopee* dan juga dapat menjadi bahan rujukan untuk jenis riset berikutnya dalam hal yang berhubungan pada bidang penelitian terutama terkait pada bidang yang berpengaruh dengan motivasi mahasiswa dalam membuat keputusan belanja online melalui aplikasi *Shopee*

#### b. Manfaat Praktis

##### 1. Bagi Peneliti

Untuk mendapatkan pengalaman nyata dari hasil Penelitian yang kita dapatkan secara langsung serta menambah pengetahuan yang berkaitan dalam bidang bisnis, dan untuk mengetahui lebih jelas mengenai cara berbisnis melalui aplikasi *Shopee*. Penulis berharap dengan adanya Penelitian ini dapat mengkaji tentang minat belanja mahasiswa masakini melalui aplikasi *Shopee*.

##### 2. Bagi Akademik

Menambah informasi, data bagi fakultas, khususnya perpustakaan sebagai referensi mahasiswa yang memerlukan dan sebagai bahan kajian dalam bahan riset selanjutnya.

### 5. Ruang Lingkup

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang yang terletak di Kota Malang, Jawa Timur yang beralamat di Jalan Telaga Warna Tlogomas, Lowokwaru, Kota Malang 65144 pada Tahun 2022. Dengan ini penulis melakukan penelitian mengenai

Motivasi Dalam Membuat Keputusan Belanja Online Melalui Aplikasi Shopee, penelitian ini berfokus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

# HELVA HELENDAPRISILA

## ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[rinjani.unitri.ac.id](http://rinjani.unitri.ac.id)

Internet Source

3%

2

[id.unionpedia.org](http://id.unionpedia.org)

Internet Source

1%

3

[Repository.Unej.Ac.Id](http://Repository.Unej.Ac.Id)

Internet Source

1%

4

[123dok.com](http://123dok.com)

Internet Source

1%

5

[sugengrusmiwari.blogspot.com](http://sugengrusmiwari.blogspot.com)

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On