

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ FENOMENA BELANJA ONLINE MELALUI SITUS LAZADA.CO.ID ”. Berbelanja melalui situs online merupakan sebuah sistem terbaru dalam berbelanja yang sekarang banyak dipilih oleh konsumen karena mudah dan cepat dalam proses transaksi. Lazada sebagai situs belanja online terbesar di Indonesia memberikan banyak pilihan dan kemudahan dengan berbagai fasilitas yang ada untuk pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang unsur fenomena dan noumena yang terjadi pada pelanggan Lazada, Motif, Proses Komunikasi dan perilaku konsumen menjadi unsur fenomena yang dibahas dalam penelitian ini, sedangkan unsur noumena yang dibahas adalah kepuasan diri, gaya hidup dan kepercayaan dalam berbelanja melalui online.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan teori fenomenologi serta konstruksi sosial. Teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan, observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan informan sebanyak 10 orang yang dijadikan responden dengan cara teknik purposive.

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menemukan unsur fenomena dan noumena saling mempengaruhi satu sama lainnya dalam bentuk tindakan individu. Pemilihan belanja melalui situs online yang dilakukan konsumen merupakan hasil dari proses komunikasi yang terjadi dan faktor teknologi yang mendukung untuk mengakses internet setiap harinya sehingga mempengaruhi tindakannya.

Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan kepada konsumen yaitu agar konsumen dapat lebih bijak dalam berbelanja online sesuai dengan kebutuhan bukan hanya keinginan sesaat dan kepuasan diri sendiri saja. Dengan berkembangnya teknologi, konsumen juga diharapkan agar bisa memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya agar dapat menghindari perilaku konsumtif dan anti sosial.

ABSTRACT

The research entitled “ THE PHENOMENA OF ONLINE SHOPPING THROUGH THE SITE LAZADA.CO.ID ”. a shopping through online sites is a new system in the shop which is now preferred by consumers because it is easy and quick transaction proces. Lazada as the biggest online shopping site in Indonesia provides plenty of choice and convenience with various facilities to consumers.

This study aims to find out about the elements phenomena and noumena that occur on the customer Lazada, Motif, Process Communication and consumer behavior to elemental phenomena discussed in this study, while the element noumena covered are self-satisfaction, lifestyle and confidence in shopping through online.

This study used a qualitative research approach and the phenomenological theory of social construction. Data collection techniques through library research, field observations and interviews with informants as many as 10 people as respondents in a way purposive sampling technique.

Based on the results of the study, the researchers found phenomena and noumena elements influence each other in the form of individual action. Selection of shopping through the site's online consumers is the result of a communication process that occurs and technological factors that support for accessing the Internet every day that affect his actions.

The things that want researcher recommend to consumers that is so that consumers can shop online more wisely in accordance with the needs of not just the whims and self-gratification only. With the development of technology, consumers are also expected to be able to take advantage of the technology as well as possible in order to avoid consumption and anti-social behavior.

RINGKESAN

Ulikan ieu dijudulan "fenomena balanja online ngaliwatan loka LAZADA.CO.ID". Balanja ngaliwatan loka online nyaéta sistem anyar dina toko anu kiwari pikaresep ku pamakéna keur proses urus nu panggampangna tur gancang. Lazada salaku loka balanja online pangbadagna di Indonésia nyadiakeun nyatu pilihan jeung genah jeung sagala rupa fasilitas ka konsumén anak.

Ulikan ieu boga tujuan pikeun manggihan ngeunaan unsur fenomena jeung noumena kajadian ka konsumén Lazada, Motif, Prosés Komunikasi jeung paripolah konsumen jadi unsur fenomena dibahas dina ulikan ieu, sedengkeun unsur noumena katutupan nu timer kapuasan, gaya hirup jeung kapercayaan di balanja ngaliwatan online.

Hal iyeu hayang panalungtik pikeun nyarankeun ka konsumén anu jadi pamakéna bisa Ulikan ieu dipaké pendekatan panalungtikan kualitatif jeung téori phenomenological konstruksi sosial. téhnik koleksi data ngaliwatan panalungtikan perpustakaan, observasi lapangan jeung wawancara jeung narasumber saloba 10 jelema salaku responden ku cara maké téhnik purposive.

Dumasar hasil ulikan nu panalungtik kapanggih fenomena jeung unsur noumena pangaruh silih dina bentuk tindakan individu. Pamilihan balanja ngaliwatan pamakéna online loka nyaéta hasil tina prosés komunikasi anu lumangsung jeung faktor téhnologis nu ngarojong pikeun ngakses Internet unggal poé anu mangaruhan laku lampah-Na.

balanja online leuwih bijaksana luyu jeung kaperluan teu saukur whims jeung timer gratification wungkul. Jeung perkembangan téknologi, pamakéna ogé diharepkeun bisa ngamangpaatkeun téknologi ogé mungkin guna nyingkahan konsumsi jeung paripolah anti-sosial.