

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
ONLINE PADA PRODUK SAMBAL ROA “ROKLA”
DI KAIRAGI DUA KECAMATAN MAPANGET**

TUGAS AKHIR

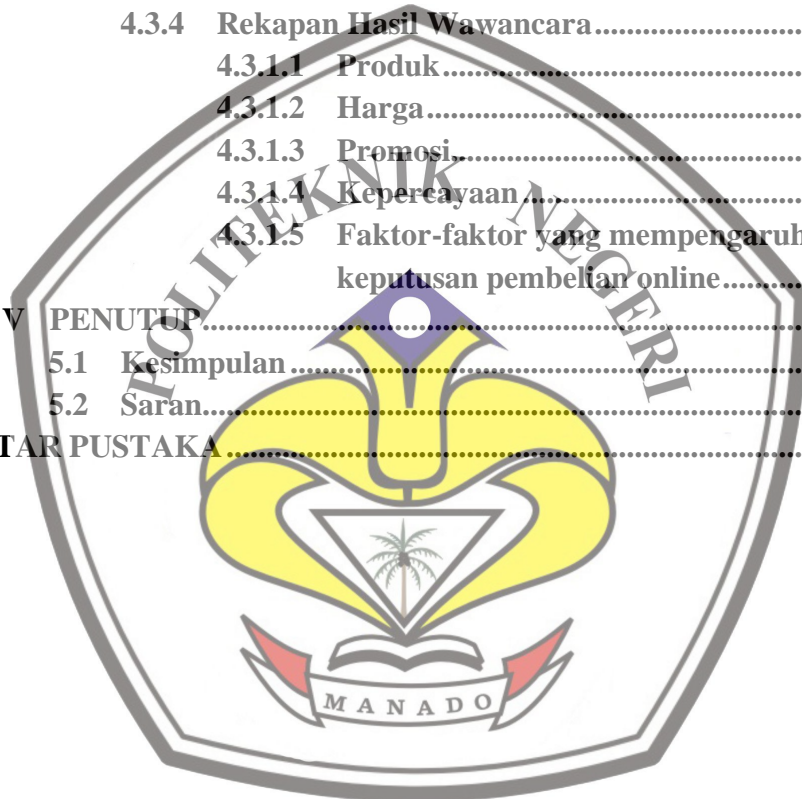


**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2024**

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------------------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| MOTTO | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR | Error! Bookmark not defined. |
| BIOGRAFI | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar belakang | 1 |
| 1.1 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 5 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 6 |
| 2.1 Landasan Teori | 6 |
| 2.1.1 Faktor-Faktor Belanja Online | 6 |
| 2.1.2 Pengertian Belanja Online | 8 |
| 2.1.3 Perilaku Belanja Online | 10 |
| 2.2 Penelitian Yang Relevan | 13 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 17 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian | 17 |
| 3.2 Jenis dan Metode Penelitian | 17 |
| 3.2.1 Jenis Penelitian | 17 |
| 3.2.2 Metode Penelitian | 17 |
| 3.3 Jenis data dan Prosedur Pengumpulan Data | 18 |
| 3.3.1 Data Primer | 18 |
| 3.3.2 Data Sekunder | 18 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 18 |
| 3.4.1 Pertanyaan Wawancara | 18 |
| 3.4.2 Wawancara | 20 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 21 |

| | | |
|-----------------------|--|-----------|
| 4.1 | Gambaran Umum Perusahaan | 21 |
| 4.1.1 | Logo Perusahaan | 21 |
| 4.1.2 | Sejarah Perusahaan | 22 |
| 4.1.3 | Lokasi Tempat..... | 23 |
| 4.1.4 | Jenis Usaha | 23 |
| 4.1.5 | Penghargaan Perusahaan..... | 23 |
| 4.1.6 | Struktur Organisasi | 24 |
| 4.1.7 | Uraian Tugas | 24 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 25 |
| 4.1.8 | Hasil Wawancara | 26 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 45 |
| 4.3.4 | Rekapan Hasil Wawancara..... | 45 |
| 4.3.1.1 | Produk..... | 45 |
| 4.3.1.2 | Harga..... | 46 |
| 4.3.1.3 | Promosi..... | 47 |
| 4.3.1.4 | Kepercayaan..... | 49 |
| 4.3.1.5 | Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online..... | 50 |
| BAB V | PENUTUP..... | 53 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 53 |
| 5.2 | Saran..... | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 54 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memilih produk atau jasa yang dianggap memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Keputusan pembelian adalah hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan karena hal ini merupakan tahap dimana konsumen menentukan apakah akan melakukan pembelian atau tidak. Dan tentunya hal ini sangat berpengaruh pada suatu usaha, oleh karena itu pelaku usaha harus mencari tau apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian dan menentukan strategi apa yang harus dilakukan untuk memenuhi syarat agar konsumen memutuskan membeli produk atau jasa yang dipasarkan. Proses pertimbangan yang dilakukan konsumen pastinya sesuai dengan keperluan tertentu dengan menentukan suatu pilihan yang dianggap paling tepat.

Persaingan dalam dunia perbisnisan semakin hari semakin ketat. Persaingan dalam dunia bisnis merupakan fenomena alami di mana pengusaha kecil atau besar bersaing untuk memenangkan pasar, mendapatkan keuntungan, dan mempertahankan pangsa pasar mereka dengan berbagai usaha agar para konsumen membeli produk yang dipasarkan sebanyak-banyaknya sesuai dengan kebutuhan.

Di era sekarang, banyak sekali cara yang dilakukan seorang pembisnis untuk mempertahankan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin hari semakin ketat karena munculnya berbagai usaha baru baik dibidang produk maupun jasa. Salah satunya usaha yang dilakukan pembisnis adalah dengan melakukan penjualan produk dengan menggunakan internet. Internet adalah teknologi moderen yang

banyak orang gunakan baik anak muda maupun orang tua. Hal ini yang membuat internet menjadi salah satu pilihan bagi seorang pengusaha untuk memasarkan produk mereka lewat internet karena jumlah pengunanya yang semakin hari semakin banyak. Hal ini juga yang dilakukan oleh pelaku bisnis Sambal Roa “Rokla”. Sambal Roa “Rokla” merupakan salah satu sambal yang praktis untuk dikonsumsi dan disukai semua kalangan penyuka pedas, mulai dari remaja hingga orang dewasa. Sambal Roa “Rokla” bisa bertahan sampai 6 bulan lamanya. Sambal Roa “Rokla” merupakan bisnis rumahan berlokasi atau berproduksi di Jl. A.A Maramis, Kairagi Dua Lingkungan Satu, Kecamatan Mapanget, Kota Manado. Produk ini pertama kali diproduksi pada tanggal 27 Februari 2023 dengan nama Rica Roa DIL (Dita Indry Laura) lalu kemudian berganti nama menjadi "ROKLA" (Roa Kelapa) ide bisnis ini diciptakan oleh sekelompok mahasiswa semester akhir Politeknik Negeri Manado (Kezia, Laura, Valia, Dita, Juan) dan telah mendapat penghargaan pada kegiatan kampus Program Wirausaha Merdeka (WMK) sebagai produk terbaik.

Sambal Roa “Rokla” ini menggunakan minyak kampung sebagai salah satu bahan dasar pembuatan sambal, untuk orang Sulawesi Utara sendiri mungkin tidak asing lagi dengan minyak ini karena biasanya dibuat atau diolah sendiri untuk dimasak bersama dengan makanan rumahan lainnya. Peluang bisnis sambal roa sangat besar karena dominan masyarakat yang ada di Manado atau terlebih khusus masyarakat di Kairagi Dua Kecamatan Mapanget sangat menyukai pedas. Hal ini menjadi salah satu alasan kenapa pelaku bisnis Sambal Roa “Rokla” ingin melanjutkan bisnis ini karena melihat peluang bisnis yang ada. Tidak bisa dipungkiri

memang Sambal Roa sudah begitu banyak dipasaran, namun pelaku bisnis Sambal Roa “Rokla” tetap berupaya untuk melanjutkan bisnis ini dengan melakukan berbagai usaha di antaranya dengan melakukan penjualan lewat online.

Internet di era sekarang telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, yang berpengaruh besar terhadap cara orang berinteraksi, bekerja, dan berbelanja. Melakukan penjualan dengan menggunakan internet adalah hal yang efektif karena di era sekarang hampir semua masyarakat sudah menggunakan internet untuk berbagai keperluan salah satunya berbelanja. Perkembangan ini mendorong penulis untuk menjadikan internet sebagai fokus penelitian dalam Tugas Akhir dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Pada Produk Rokla". Alasan peneliti mengambil judul ini adalah untuk mencari tau dan memahami secara mendalam tentang faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih untuk membeli produk Rokla secara online agar pelaku bisnis Sambal Roa “Rokla” bisa mengetahui strategi seperti apa yang harus dilakukan agar bisnis ini tetap bertahan di era persaingan yang semakin ketat.

Dalam konteks ini, aplikasi Instagram dipilih sebagai media untuk melakukan identifikasi dan pengumpulan data. Instagram dipilih karena telah menjadi salah satu *platform* media sosial utama yang tidak hanya digunakan untuk berbagi konten visual tetapi juga sebagai tempat untuk berjualan produk kepada konsumen. Dengan menggunakan aplikasi Instagram, penulis akan melakukan penelitian bagaimana faktor-faktor seperti kepercayaan terhadap kualitas produk, harga, dan

kepercayaan dalam proses pembelian, dan pengaruh media sosial memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi industri *e-commerce*, terutama dalam memahami perilaku konsumen di era digital yang semakin terhubung dan tergantung pada internet. Penelitian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian online dapat memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan peningkatan pengalaman konsumen dalam konteks pembelian produk Rokla secara online.

1.1 Identifikasi Masalah

Persaingan pasar yang semakin ketat sehingga sangat penting mencari tau faktor-faktor apa saja yang dapat membuat konsumen lebih memilih produk “Rokla” dibandingkan produk sejenis lainnya.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana konsumen dapat mengerti dan paham dengan produk yang akan mereka beli lewat online dengan menggunakan aplikasi Instagram agar konsumen tidak ragu untuk melakukan pembelian online pada produk Sambal Roa “Rokla”?
2. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian online lewat aplikasi Instagram pada produk Sambal Roa “Rokla”?

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian online

1.5 Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini dilakukan agar supaya konsumen dapat mengerti dan paham dengan produk yang akan mereka beli lewat online dengan menggunakan aplikasi Instagram agar konsumen tidak ragu untuk melakukan pembelian online pada produk “Rokla” agar mempermudah konsumen dalam memesan produk “Rokla” supaya tidak membuang-buang waktu untuk datang langsung.
2. Mencari tau apa saja faktor-faktor apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen pada pembelian online.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Dengan melakukan penelitian ini dapat membantu penulis untuk lebih memahami mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian online.
2. Dengan penelitian ini semoga bisa membantu usaha bisnis Rokla agar lebih berkembang dan lebih dikenal masyarakat luas.
3. Kiranya dengan penelitian yang dilakukan penulis dapat memberikan dampak yang baik bagi Politeknik Negeri Manado dan semoga dapat membantu mahasiswa Politeknik Negeri Manado terlebih khusus untuk Program Studi Manajemen Pemasaran dalam memahami proses-proses yang ada dalam menjalankan suatu usaha.