

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara dan observasi, maka penulis bisa menyimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap berbelanja *online* melalui *marketplace Shopee* memiliki kemudahan dan manfaat. Persepsi mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Angkatan 2018 dalam berbelanja *online* melalui *marketplace Shopee* dari segi kemudahan dan manfaat yakni mereka mendapatkan barang sesuai yang diinginkan serta merasa puas dalam menggunakan aplikasi *Shopee*. Persepsi yang ada pada *marketplace Shopee* juga dapat dilihat dari barang yang dijual. Dalam *Shopee* terdapat foto atau gambar produk dan selain itu terdapat deskripsi produk. Sehingga dapat mempengaruhi konsumen jika memilih kualitas barang yang bagus dan juga memiliki penilaian dan komentar-komentar yang sangat bermanfaat dalam memilih barang yang bagus dan sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan adanya fitur penilaian dan komentar-komentar pada *marketplace Shopee* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keberadaan teknologi komunikasi membuat manusia dengan kebutuhan komunikasi sangat dimanjakan oleh perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat. Perkembangan ini memberikan banyak kemudahan bagi manusia itu sendiri dalam melakukan komunikasi, salah satunya adalah komunikasi melalui internet. Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi seperti ini dimana kegiatan berbelanja bisa dilakukan melalui internet atau secara *online*, sehingga menumbuhkan pengalaman serta persepsi baru dari masyarakat tentang belanja *online* itu sendiri.

Persepsi sendiri adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi. Artinya suatu proses adanya suatu aktivitas dan dapat digambarkan. Persepsi dalam hal ini adalah individu

dapat memberikan pemahaman untuk memahami sebuah lingkungan yang meliputi objek orang dan simbol dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap seseorang. Persepsi mahasiswa pada jasa berbelanja *online* melalui *marketplace Shopee* dipengaruhi oleh kemudahan dalam penggunaan *Shopee* itu sendiri dan fitur-fitur hadiah yang bisa digunakan oleh para mahasiswa sebagai konsumen serta promo-promo menarik lainnya yang ditawarkan oleh *Shopee*.

Hal tersebut di atas menjadikan mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Angkatan 2018 melakukan kegiatan berbelanja yang loyal melalui *marketplace Shopee*. Menciptakan konsumen yang loyal dalam kegiatan berbelanja khususnya belanja *online* adalah suatu kegiatan yang susah. Karena penjual harus dapat meyakinkan para pembeli bahwa barang atau produk yang dijual memiliki kualitas yang bagus dan barang yang sangat dibutuhkan oleh konsumen serta transaksi yang dilakukan pun harus memudahkan para pembeli.

6.2 Saran

Saran merupakan masukan dari penulis yang ingin disampaikan kepada mahasiswa Angkatan 2018 dan kepada peneliti yang lain yakni sebagai berikut:

1. Untuk mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Angkatan 2018 dapat memahami dengan baik persepsi serta pengetahuan tentang penggunaan *marketplace Shopee* untuk berbelanja dengan sejelas-jelasnya agar tidak kecewa dalam melakukan pembelian produk atau barang yang diinginkan.
2. Untuk para peneliti berikutnya yang hendak melakukan penelitian tentang persepsi berbelanja melalui *marketplace Shopee* disarankan agar meneliti dari segi atau perspektif lainnya. Misalnya tentang perspektif mahasiswa tentang pelayanan *reseller* dalam *marketplace Shopee*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Alizamar & Couto, 2016: 15. *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Media Akademik.
- Djamal, 2011: 65. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta. Kencana.
- Fahmi, 2016: 206. *Kewirausahaan: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung. Alfabeta.
- Gunawan, 2015: 93-160. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hamidi, 2004: 03. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang. UMM (Universitas Muhammadiyah Malang).
- Jogiyanto, 2007: 67 & 129. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Kasali, 2007: 23. *Manajemen Public Relation dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. Grafiti.
- Krisyanto, 2006: 19. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. PT Kencana Perdana.
- Mayer, 1984: 215. *Rancangan Penelitian Kebijakan Sosial*. Jakarta. Rajawali.
- Moleong, 2013: 103. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, 2018: 05. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, 2000: 142. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi IV*. Yogyakarta. Rake Sarasin.
- Pawito, 2008: 278. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta. LKIS.
- Robbins, 2003:169. *Perilaku Organisasi*. Jakarta. Indeks.
- Silalahi, 2009: 250. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung. Refika Aditama.
- Sugiyono, 2014: 15, 317 & 334. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, 2017: 134-193. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sujarweni, 2014: 23 & 73. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.

Terence, 2003: 162. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Erlangga.

Walgio, 2005: 102. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta. Andi.

Walgito, 2004: 88. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta. Andi Offset.

Wibowo, 2014: 21. *Manajemen Kinerja*. Jakarta. Rajawali Pers.

Wijoyo, 2020: 07-21. *Digitalisasi UMKM*. Sumatra Barat. Insan Cendekia Mandiri.

E-Jurnal :

Florida, dkk. 2018. *Pengaruh Kepercayaan dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee Secara Online pada Anggota Pemuda GMIM Zaitun Mahakeret*. Jurnal EMBA, Vol. 6 No 4, 2018.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20932>

Juairiah, dkk. 2017. *Sikap dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di Sungai Lilinmusi Banyuwasin*. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 8 No 2 Juni 2017.
<https://medianeliti.com/media/publications/287518-sikap-dan-persepsi-konsumen-terhadap-kep-2119fe9c.pdf&ved>. Diakses pada 04 Oktober 2022 pukul 22:30 wita.

Asep Saefuloh, 2019. *Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion di Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018)*. <https://repository.iainkudus.ac.id/3828/>

Noorliana Rahmah, 2018. *Persepsi Mahasiswa Subaya Terhadap Online Shop (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Online Shop Shopee)*. <https://repository.iainkudus.ac.id/3828/>

Ginting, 2015: 44. *Bab 2 Tinjauan Kepustakaan.*

<https://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/45835/4/chapter%2011.pdf>.

(Pramudana & Santika, 2018: 2249-2250): *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali.* Jurnal Ekonomi dan Bisnis universitas Udayana Vol. 7 No. 10 tahun 2018. <https://ojs.ac.id/index/php/EEB/article/download/43225/26256&ved>
Diakses pada 13 Desember 2022 pukul 20:30 wita.

Asep Saefulah, 2019. *Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Berbelanja fashion di Online Shop (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018).* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019 Diakses melalui <https://eprints.walisongo.ac.id> Pada 26 Mei 2022 pukul 19:00 wita.

Internet

Alif Karnadi: 2022. Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>. (Diakses pada 04 April 2022 pukul 20:00 wita)

Benny Dasman: 2018. Yuk, Kuliah di FISIP Unwira Kupang, Mahasiswa Diasah Menjadi ‘Trigger’ Perubahan. <https://kupang.tribunnews.com/2018/06/05/yuk-kuliah-di-fisip-unwira-kupang-mahasiswa-diasah-menjadi-trigger-perubahan?page=2>. (Diakses pada 20 September 2022 pukul 01:20 wita).

PDDikti. Profil Program Studi. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/data-prodi/MTNBM0Y0/20211>. (Diakses pada 20 september 2022 pukul 01:25 wita).

Cindy Annur: 2022. Jumlah Penduduk Indonesia di Pertengahan Tahun (2015-2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/10/jumlah-penduduk-indonesia->

[capai-275-juta-jiwa-hingga-pertengahan-2022](#) (Diakses pada 15 April 2022 pukul 22:00 wita)

Shopee Careers. *Shopee* adalah *Platform Belanja Online* Terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. <https://careers.shopee.co.id/about> (Diakses pada 15 April 2022 pukul 22:30 wita).

Non-Publikasi

Darus Antonius, 2014. *Metode Penelitian Komunikasi*. Kupang.