

## Pembelian impulsif pada situs group buying studi kasus pada penggunagroupon disdus = Impulse buying on group buying sites case study on user of groupon disdus

Ribka Febriana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347390&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Dunia e-commerce lahir seiring dengan perkembangan dalam bidang bisnis yang dipadupadankan dengan kemajuan teknologi. Meningkatnya aktivitas sosial dengan menggunakan teknologi turut berperan dalam merekahnya bidang bisnis sehingga menghasilkan istilah social commerce. Suatu fenomena social commerce yang sedang terjadi diantaranya adalah situs Group Buying, yang menggunakan konsep pembelian kolektif dan keterbatasan waktu untuk mendapatkan potongan harga. Penggunaan konsep ini dinilai mampu mendorong pengguna situs untuk melakukan pembelian secara impulsif. Pembelian impulsif terjadi ketika terdapat suatu dorongan secara tiba-tiba untuk melakukan aksi pembelian yang dapat dipicu dari tindakan browsing konsumen. Inilah yang kemudian membentuk aksi impulsif. Dipandang dari kacamata kognisi dan emosi, aksi impulsif terjadi didahului dengan adanya pembentukan pola pikir yang rasional (kognisi) dan dimediasi oleh perasaan (emosi).

Dalam kaitannya dengan situs online, suatu proses kognisi dibentuk dari atribut yang terdapat dalam situs tersebut yaitu merchandise attractiveness, ease of use, enjoyment, dan merchandise communicarion style. Kognisi yang terbentuk kemudian mempengaruhi emosi yang dirasakan pengguna situs baik emosi berbentuk afek positif maupun negatif, dan kemudian mempengaruhi aksi impulsif. Situs Groupon Disdus dipilih sebagai objek penelitian dalam hal merupakan pelopor situs Group Buying di Indonesia. Menggunakan aplikasi Lisrel sebagai pengolah data, atribut enjoyment memiliki pengaruh paling tinggi terhadap emosi positif pengguna situs Groupon Disdus. Emosi positif ini kemudian mempengaruhi browsing yang merupakan tahap awal dalam aksi impulsif. Dengan menyajikan tampilan situs yang lebih atraktif guna menambah enjoyment pengguna situs Disdus, dapat meningkatkan emosi positif pengguna yang kemudian berdampak pada aksi impulsif. Dalam hal perbaikan penelitian, sampel penelitian kiranya dapat diperluas sehingga mengurangi bias gender dan profesi guna menghasilkan hasil yang lebih valid dan reliabel.

<hr>

#### <b>ABSTRACT</b><br>

commerce world was born along with the development in business field and advances in technology. The significant booming on social activity using technology tools also take part for increasement in business field which then resulting the term of social commerce. The phenomenon on social commerce that happenly growing is Group Buying sites which uses the concept of collective purchases and limited time to get the discounted price. The use of this concept can influence the users to buy with impulsive act. Impulse buying occurss when there is a sudden urge to buy something that could be triggered by browsing actions. These then formed an impulse action. Viewed through the lens of the cognition and emotion theory, impulse action preceded by the formation of rational thinking (cognition) and mediated by feelings (emotions). In conjunction with the online site, a process of cognition is formed by the attributes contained in the site. There

are merchandise attractiveness, ease of use, enjoyment, and merchandise communication style. The cognition that formed influences the emotions of site users, whether positive or negative affect, and then effect impulse action. Groupon site Disdus selected as the research object for it is the pioneer in terms of Group Buying websites in Indonesia. Using Lisrel applications as data processor, attributes enjoyment has the highest influence on positive emotions of Disdus Groupon site's users. The positive emotions then influence the browsing which is the initial stage in impulse action. By presenting more attractive appearance of the site in order to increase user's enjoyment, Disdus site can increase positive emotions which in turn impulse action. In terms of improving the research, the sample would be expanded to reduce gender bias and the profession in order to produce results that are more valid and reliable.