

Tren pembelian online pada generasi milenial indonesia studi pada e commerce Zalora Indonesia = Online shopping trends of indonesian millennials study of Zalora Indonesia / Inggritha Adwinchia

Adwinchia, Inggritha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404636&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pertumbuhan pasar e-commerce di Indonesia sangat tinggi dan merupakan yang terbesar di dunia. Sebagai negara yang penduduknya didominasi oleh kelas menengah, perkembangan e-commerce di Indonesia disambut dengan positif. Para generasi milenial atau anak muda Indonesia yang berusia 14-30 tahun adalah konsumen terbesar yang mendorong pertumbuhan ini. Salah satu usaha e-commerce di Indonesia yang sangat berkembang merupakan Zalora Indonesia. Sebagai usaha e-commerce yang bergerak di bidang fashion untuk pria dan wanita, Zalora menerapkan berbagai strategi pemasaran yang mengikuti tren pembelian online yang dilakukan oleh para generasi milenial. Tulisan ini dibuat menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Data yang dikumpulkan menggunakan observasi online pada situs Zalora.co.id dan media sosial yang digunakan, serta mobile app yang dimiliki oleh Zalora Indonesia. Zalora Indonesia dapat dikatakan telah berhasil memahami perilaku pembeli online dan menerapkan pemahaman tersebut ke dalam sebuah strategi pemasaran yang terintegrasi.

<hr>

ABSTRACT

E-commerce in Indonesia is growing fast and became one of the fastest in the world. Indonesia dominated by middle-class citizen whom is the biggest consumer of e-commerce, so they push e-commerce to grow positively and succeedly. Indonesia youths or millennials aged 14-30 years old are the biggest consumer of online shopping that force e-commerce into a new promising place to shop. One of the growing e-commerce businesses in Indonesia is Zalora. Zalora Indonesia is fashion retail e-commerce for men and women. To boost their business, Zalora uses a great marketing strategy by analyze Indonesian millenials behavior toward online shopping. By using qualitative research with study case method, this paper collects all the data by online observation on Zalora's website, social media, and mobile app. Based on online observation, Zalora has succeed to understand Indonesian millennials behavior toward online shopping and apply the understanding into an integrated marketing strategy.