

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian  
Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli  
Dikalangan Mahasiswa**

(Studi Kasus Mahasiswa Febi Semester 3 Institut Agama Islam Bunga  
Bangsa Cirebon)

**Gama Pratama<sup>1✉</sup>**

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email: [gamapratama0@gmail.com](mailto:gamapratama0@gmail.com)<sup>1</sup>

---

**Abstrak**

Pada kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan ekonomi, salah satunya adalah pembelian. Karena berperilaku konsumtif, menjadikan mahasiswa yang berperan sebagai konsumen melakukan berbagai permintaan akan barang dan jasa. Dengan adanya perkembangan teknologi dan internet, hampir dari setiap kalangan mahasiswa melakukan pembelian barang secara online. Dengan begitu mahasiswa dapat melakukan pembelian barang hanya dengan menjelajah situs internet dan dapat melakukan pembelian barang secara online. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab mahasiswa melakukan pembelian barang secara online dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam membeli barang-barang secara online. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan survei. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 IAI BBC. Pengambilan data dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan cara wawancara dan memberikan angket. Berdasarkan hasil penelitian, alasan mahasiswa melakukan pembelian secara online, karena barang yang dicari mudah untuk didapatkan, barang yang ditawarkan pun cukup menarik, dan harganya lebih terjangkau. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian barang dan jasa secara online dikalangan mahasiswa Kota Cirebon, yaitu: faktor pribadi, faktor lingkungan, faktor kepercayaan, faktor harga, dan faktor barang. Jadi, simpulan pada penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian barang secara online pada kalangan mahasiswa yaitu: faktor pribadi, faktor lingkungan, faktor kepercayaan, faktor harga, dan faktor barang.

**Kata kunci:** *Penelitian Kualitatif; Survei; Pembelian; Onlineshop*

**Abstract**

In everyday life humans are inseparable from economic activities, one of which is purchasing. Because consumer behavior, making students who act as consumers to make various requests for goods and services. With the development of technology

and the internet, almost every student makes purchases online. That way students can make purchases only by browsing the internet site and can make purchases online. The purpose of this study is to determine the cause of students making purchases online and to find out the factors that influence students in buying goods online. The method used in this study is a qualitative research method with a survey approach. The subjects in this study were BBC IAI undergraduate students. Retrieval of data in this study, namely by using interviews and giving questionnaires. Based on the results of the study, the reason students make online purchases, because the items sought are easy to obtain, the goods offered are quite attractive, and the prices are more affordable. The factors that influence the purchase of goods and services online among Cirebon City students, namely: personal factors, environmental factors, trust factors, price factors, and goods factors. So, the conclusions in this study are the factors that influence online purchases of goods among students, namely: personal factors, environmental factors, trust factors, price factors, and goods factors.

**Keywords:** *Qualitative Research; Surveying; Purchasing; Online Shopping*

---

## **PENDAHULUAN**

Pada kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan ekonomi, salah satunya adalah pembelian. Dalam kegiatan ekonomi, manusia yang membeli disebut sebagai konsumen. Untuk memenuhi kebutuhannya, manusia harus melakukan sebuah tindakan salah satunya adalah membeli, dengan begitu membuat manusia berperilaku konsumtif

Berperilaku konsumtif menjadikan konsumen melakukan berbagai permintaan akan barang dan jasa. Permintaan barang dan jasa merupakan cara konsumen untuk memperoleh kepuasan dalam memenuhi kebutuhan, sehingga mereka harus mengambil sebuah keputusan. Untuk memperoleh barang dan jasa, keputusan konsumsinya sangat beragam, hal ini dilihat dari tingkat penghasilan yang diperoleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa tersebut. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh pilihan produk, harga, promosi, dan distribusi.

Inovasi baru selalu bermunculan pada era globalisasi ini, contohnya adalah inovasi terhadap teknologi. Pada era sebelumnya, masyarakat Indonesia belum bergantung kepada teknologi, segalanya serba manual, seperti untuk mengirim surat. Pada masa lampau untuk mengirim surat membutuhkan waktu sehari-hari agar pesan yang ditulis sampai kepada orang yang dituju. Tetapi karena adanya perubahan pada aspek teknologi, hal itu dapat dilakukan dengan menggunakan ponsel, hanya beberapa detik pesan langsung sampai kepada tujuan.

Perubahan teknologi juga dapat dirasakan seperti adanya perubahan teknologi komunikasi pada penggunaan internet. Dengan adanya internet yang memberikan informasi secara cepat dan global sangat mempermudah pekerjaan manusia. Di zaman globalisasi ini fungsi internet tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi untuk saling memberi kabar, tetapi sekarang ini internet dapat digunakan juga sebagai ladang untuk melakukan bisnis. Semula orang jika ingin membeli barang harus mendatangi pasar, swalayan, ataupun tempat yang menyediakan apa yang dibutuhkan oleh orang tersebut. Jika barang yang dicari sulit diperoleh dan jumlahnya hanya sedikit, itu sangat mempersulit dan membuat lelah. Dengan adanya perkembangan zaman, hal itu dapat dilakukan hanya dengan menjelajah situs internet dan dapat melakukan pembelian barang secara online.

Hampir setiap kalangan mahasiswa pernah melakukan pembelian barang-barang secara online. Perkembangan teknologi dan internet juga diikuti oleh perkembangan bisnis jaringan atau yang sering disebut dengan

Ecommerce atau online shop. Dengan adanya online shop, konsumen tidak harus mengunjungi toko untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen, karena sekarang untuk membeli barang bisa dilakukan secara online. Layanan tersebut dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja dan hal itu dapat menjadi sebuah alternatif dalam berbelanja.

Menurut Turban (2008) dalam Mujilan (2012: 17), “Electronic Commerce (EC) adalah proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, dan/atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet.” Di era globalisasi ini pembelian barang secara online menjadi perbincangan di kalangan mahasiswa. Bahkan sekarang pembelian secara online dapat diakses melalui Blackberry Messenger, android, dan sosial media yang dapat memudahkan mahasiswa untuk mengaksesnya melalui gadget yang mereka miliki. Dengan demikian semakin maraknya pembelian secara online akan membuat mahasiswa semakin diberi kemudahan untuk melakukan transaksi membeli online.

Online shop merupakan sarana atau tempat untuk menawarkan barang dan jasa melalui internet, sehingga pengunjung dapat melihat barang-barang berupa gambar atau foto yang diunggah oleh pemilik toko onlinetersebut. Online shopping adalah pembelian yang dilakukan melalui internet sebagai media pemasaran dengan menggunakan website sebagai katalognya. Contoh dari website yang menyediakan jasa online shopping, antara lain Tokopedia, Lazada dan Bukalapak. Ada juga yang menawarkan online shopping melalui jaringan pertemanan yaitu Instagram, Blackberry Messenger, Twitter, Facebook, dan lain-lain. Dengan banyaknya situs online shop sekarang ini dan banyak pelaku bisnis yang akhirnya tertarik pula untuk melakukan bisnis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa para pebisnis di Indonesia menyadari bahwa internet memberikan kemudahan untuk mempromosikan, sarana menjual barang, dan memasarkan produk secara efektif.

Dampak akibat dari banyaknya online shop adalah memberikan peluang usaha berbagai macam bidang produk, sehingga konsumen dapat dengan mudah mendapatkan barang yang dicari. Tidak sedikit dari mahasiswa yang melakukan pembelian secara online, dan tidak sedikit pula di antara mereka yang mendapatkan masalah seperti, kasus penipuan, ketidaksesuaian barang yang dipesan setelah menerimanya, bahkan pengantaran barang yang terkadang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual online tersebut. Dengan adanya masalah yang terjadi dalam melakukan pembelian secara online, namun masih banyak mahasiswa yang melakukan kegiatan pembelian secara online.

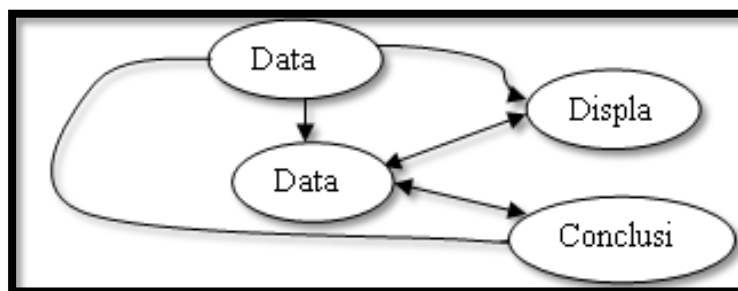
## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada salah satu kampus yang terdapat di Kota Cirebon. Agar penelitian dapat dilaksanakan dengan seharusnya, maka penelitian ini dilakukan pada Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang beralamat di Jalan Widarasari III, Sutawinangun, Kedawung, Cirebon, Jawa Barat 45153

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1IAI BBC semester 3 angkatan 2019/2020 yang berjumlah kurang lebih 280 mahasiswa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik purposive sampling pada pengambilan sampel. Sampel pada penelitian ini sebanyak 130 orang mahasiswa S1 FEBI, Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon pada semester 3, tahun akademik 2019/2020.

Teknik pengumpulan data seperti wawancara dan angket. Teknik analisis data adalah sebuah cara memproses sebuah data yang dimulai dengan memilah-milah data dalam kategori tertentu, dan diakhiri dengan menganalisisnya, baik secara umum maupun secara statistik. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis data selama di lapangan dengan model Miles dan Huberman. Berikut adalah gambar komponen dalam analisis data:



Sumber: Sugiyono (2015: 338)

**Gambar 3.2**  
**Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model)**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang diperoleh pada saat di lapangan, penulis telah memilih hal-hal pokok serta memfokuskan pada hal-hal penting yang disesuaikan dengan tema penelitian. Berikut pemilihan hal pokok yang mempengaruhi

pembelian barang dan jasa secara online dikalangan mahasiswa di Kota Cirebon maupun Kabupaten Cirebon.

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa melakukan pembelian barang dan jasa secara online:

### **1. Faktor Pribadi**

Setiap akan melakukan sebuah pembelian, keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Kepribadian merupakan karakteristik yang ada dalam diri seseorang. Faktor-faktor yang termasuk dalam faktor pribadi adalah usia, jenis pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup. Setiap akan melakukan pembelian, karakteristik pribadi seseorang dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli. Pada penelitian ini pun didapatkan bahwa, mahasiswa yang akan melakukan pembelian secara online dipengaruhi oleh dirinya sendiri. Hal yang mempengaruhi dirinya melakukan pembelian tersebut karena kebutuhan dan keinginan akan barang tersebut. setiap kebutuhan dan keinginan mahasiswa terhadap barang tersebut disebabkan oleh gaya hidup mahasiswa itu sendiri. Mahasiswa yang melakukan pembelian secara online pun melihat keadaan ekonomi dirinya sendiri.

### **2. Faktor Lingkungan**

Mahasiswa tinggal dilingkungan masyarakat, hal itu menandakan bahwa mahasiswa tidak hidup seorang diri. Pada setiap kegiatan yang dilakukannya, mahasiswa dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Salah satunya dalam hal kegiatan ekonomi. Hasil dari penelitian ini pun mendapatkan bahwa, faktor lingkungan menjadi hal yang mempengaruhi mahasiswa dalam membeli secara online. hal ini dibuktikan dengan pernyataan yang diberikan oleh mahasiswa, dirinya melakukan pembelian secara online karena ada teman-temannya yang melakukan pembelian secara online. Oleh karena itu, mahasiswa pun menjadi tertarik untuk melakukan hal yang sama pula, yaitu melakukan pembelian barang secara online.

### **3. Faktor Kepercayaan**

Setiap hubungan dilakukan karena adanya sebuah kepercayaan. Dalam melakukan kegiatan jual beli pun terdapat sebuah kepercayaan antara calon pembeli dan penjualnya. Kepercayaan tersebut didapat karena tingkah penjual yang memberikan pelayanan terbaik kepada para calon pembelinya. Dari penelitian ini pun didapatkan, faktor yang

mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan pembelian secara online adalah karena faktor kepercayaan. Setiap pembelian yang akan dilakukan, mahasiswa tidak mau mengalami hal yang buruk. Oleh karena itu, setiap akan melakukan pembelian mahasiswa memastikan penjualnya terlebih dahulu, salah satunya dengan cara menanyakan kepada teman yang pernah melakukan pembelian pada toko tersebut. hal ini dapat dibuktikan dari jawaban pertanyaan yang diberikan kepada 130 partisipan, 65 mahasiswa menjawab untuk memastikan penjualnya dapat dipercaya atau tidak.

#### **4. Faktor Harga**

Setiap akan melakukan pembelian, tidak dipungkiri harga menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk membeli. Setiap harga yang ditawarkan menjadi sebuah pertimbangan mahasiswa untuk membeli suatu barang. Dari setiap toko online yang ada, penjual menawarkan harga yang bermacam-macam. Ada toko yang menawarkan dengan rentang harga yang cukup murah, hal itu menjadi daya tarik mahasiswa untuk membeli barang pada toko online tersebut. Dari penelitian ini didapatkan pula alasan mahasiswa melakukan pembelian secara online. Alasan mahasiswa melakukan pembelian online, karena harga yang ditawarkan pada pembelian online lebih murah. Dengan harga yang murah, hal tersebut dapat menyesuaikan dengan keadaan ekonomi para mahasiswa. Sehingga, mereka lebih memilih melakukan pembelian barang secara online, karena harga yang terjangkau oleh kemampuan finansialnya.

#### **5. Faktor Barang**

Pada setiap pembelian, konsumen mencari barang yang dibutuhkannya terlebih dahulu. Ada barang yang dengan mudahnya untuk dicari, dan terkadang ada barang yang sulit untuk dicari. Karena terdapat barang yang tergolong sulit untuk dicari, maka terdapat alternatif berbelanja yaitu melakukan pembelian barang secara online. Pada penelitian ini, barang menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian secara online. Karena, dalam pembelian secara online mahasiswa menjadi lebih mudah untuk mencari barang yang dibutuhkannya tersebut. Mereka tidak susah payah untuk mencari barang tersebut dengan mengunjungi berbagai toko secara langsung. Selain itu,

kualitas barangnya pun menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan dalam pembelian.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa:

- a. Alasan mahasiswa melakukan pembelian secara online adalah karena barang yang dicari mudah untuk didapatkan, barang yang ditawarkan pun cukup menarik, dan harganya lebih terjangkau.
- b. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian barang dan jasa secara online dikalangan mahasiswa Kota Cirebon, yaitu: faktor pribadi, faktor lingkungan, faktor kepercayaan, faktor harga, dan faktor barang.

Hasil temuan yang didapat memiliki kesamaan dengan teori perilaku konsumen menurut Kotler yaitu, “faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku membeli terdiri dari: faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologi”.

### **2. Saran**

Berdasarkan simpulan pada penelitian di atas, maka penulis memiliki beberapa saran untuk mahasiswa yang melakukan pembelian barang secara online, yaitu: sebelum melakukan pembelian mahasiswa harus memperhatikan penjualnya, jangan mudah tertarik dengan harga yang ditawarkan, dan mahasiswa harus lebih bijak dalam melakukan pembelian barang. Hal tersebut dapat dilakukan, agar terhindar dari berbagai kemungkinan yang akan mengecewakan diri mahasiswa dalam melakukan pembelian, terutama pembelian secara online

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adi, R. N. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online.
- Agustini, N. k. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan membeli Dionline Shop mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *ejournal pendidikan ekonomi* ,9.
- Bungin, B. (2011). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dharmmesta, B. S. (2015). Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.



- Humdiana, & Indrayani, E. (2006). Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2008). Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.
- Mujilan, A. (2012). Sistem Informasi Akuntansi. Madiun: WIMA Pers. Madiun.
- Mujiyana, I. E. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. J@TI UNDIP , VIII.
- Moleong, L. J. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raymond McLeod, J., & Schell, G. P. (2011). Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.
- Romadon, Yusuf. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image dan Struktur Keputusan Pembelian ( Survei Pada Followers Account Twitter @ Pertamaxind Pengguna Bahan Bakar Ramah Lingkungan Pertamax Series ). 15(1).
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jurnal Teknologi Informasi Dinamik , XIII, No.2, 140-146.
- Sukmadinata, N. S. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto, D. (2013). Perilaku Konsumen. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).