

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 *Latar Belakang*

Perkembangan teknologi dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, termasuk di kalangan mahasiswa. Fenomena online shop, yang mengizinkan pembelian produk dan layanan secara online, telah mengubah cara mahasiswa berinteraksi dengan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana online shop memengaruhi minat dan pembelian barang di kalangan mahasiswa.

Online shop telah mengubah pola belanja mahasiswa secara drastis. Mereka tidak hanya memiliki akses ke produk dari penjual lokal, tetapi juga dari berbagai negara di seluruh dunia. Ini membuka peluang baru bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi berbagai pilihan produk dan merek tanpa harus meninggalkan kampus.

Kemudahan dan Kepuasan salah satu dampak utama online shop adalah memberikan kemudahan dan kepuasan dalam berbelanja bagi mahasiswa. Mereka dapat melakukan pembelian tanpa harus meninggalkan kenyamanan kamar kos atau asrama mereka. Kemampuan untuk menelusuri produk, membaca ulasan, dan membandingkan harga di ujung jari mereka telah meningkatkan minat dan keinginan untuk berbelanja secara online.

Media sosial memiliki peran besar dalam membentuk minat dan perilaku belanja mahasiswa. Produk dan merek yang dipromosikan oleh influencer atau teman-teman di media sosial dapat mempengaruhi minat belanja. Tren dan gaya hidup yang diikuti oleh orang-orang yang mereka ikuti di media sosial juga dapat memengaruhi keputusan pembelian.

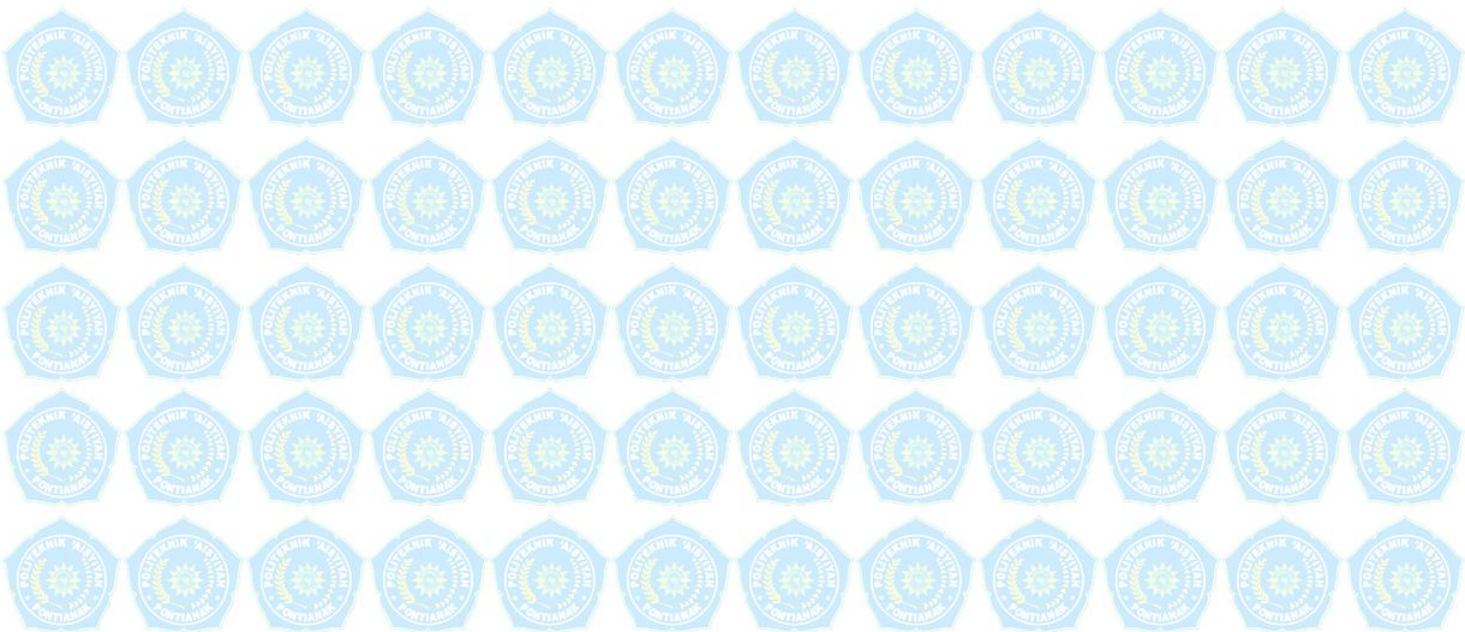
Pengalaman berbelanja yang positif di online shop dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk melakukan pembelian lebih lanjut. Kepercayaan terhadap sistem pembayaran online, pengiriman yang andal, dan kualitas produk juga berperan dalam membentuk minat dan keputusan pembelian. Meskipun memiliki manfaat, online shop juga dapat memiliki dampak negatif pada keuangan mahasiswa jika tidak diatur dengan baik. Mereka mungkin menjadi lebih rentan

terhadap pembelian impulsif atau terlalu banyak menghabiskan uang dalam upaya untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali tentang pengaruh online shop terhadap minat dan pembelian barang di kalangan mahasiswa. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan pembelian mereka, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih dalam tentang perubahan pola belanja, pengalaman berbelanja. Melalui pemahaman yang mendalam tentang interaksi antara online shop dan mahasiswa, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan rekomendasi kebijakan mahasiswa.

PERPUSTAKAAN

NPP. 6171052A2000001



POLITEKNIK 'AISYIYAH' PONTIANAK

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penerapan latar belakang permasalahan yang muncul adalah bagaimana pengaruh hubungan aktivitas belanja online terhadap Mahasiswa Prodi Teknologi Informasi Politeknik 'Aisyiah Pontianak.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penulisan LTA ini yaitu Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar diploma 3 Teknologi Informasi.

Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini yaitu penelitian ini bertujuan untuk menggali tentang pengaruh online shop terhadap minat dan pembelian barang di kalangan mahasiswa dan tujuan ini untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa tertarik menggunakan online shop sebagai cara belanja mereka, apakah mereka lebih memilih belanja secara online dari pada pergi ke toko fiksi.