

## ABSTRAK

### ALASAN-ALASAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE

studi kasus pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Sanata Dharma (Kampus 1 Mrican)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi alasan konsumen melakukan pembelian produk secara *online* dengan studi kasus pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Sanata Dharma (kampus 1 Mrican)”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa/mahasiswi Universitas Sanata Dharma ( Kampus 1 Mrican) yang sudah pernah melakukan pembelian produk secara *online*. Sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel cukup representatif untuk mewakili populasi dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen dan test cochrane Q. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa: alasan konsumen melakukan pembelian produk secara *online* adalah: harga yang terjangkau/lebih murah, tidak mengenal waktu, kecepatan dalam transaksi, mengikuti trend, coba-coba, tidak terbatas, banyak pilihan/referensi produk, rekomendasi teman, mudah membandingkan harga, situs yang menarik, pemilik toko *online* adalah orang yang dikenal, ketepatan waktu dalam pengiriman barang.

Kata Kunci: Produk, Perilaku konsumen, alasan pembelian

**ABSTRACT**

**THE REASONS OF BUYING ONLINE PRODUCTS**

*Case Study of Sanata Dharma University Students (campus 1 Mrican)*

*This research aims to know what the reasons of the consumers do online shopping. This research was a study case of Sanata Dharma University students (campus 1 Mrican). The research population was all students of Sanata Dharma University who have ever done online shopping. Moreover, the number of samples were 100 respondents with the consideration that the total number was enough as a representative to represent the population. Then, the research technique used was an accidental sampling. In addition, the technique of gathering data used questionnaires to respondents. To analyse the data, the researcher used test instruments and a Cochran's  $Q$  test. Based on the data analysis, it is known that the reasons of consumers do an online shopping are: having cheaper prices, no limitation time, quick transactions, following the trend, trying, no limitation, many choices/products reference, friend's recommendation, easily to compare the prices, interesting sites, having a close partnership with the owner, on time on sending the products.*

**Keywords:** *Products, Consumers' Behaviour, Reasons of Buying Online*

