

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
PLATFORM *MARKETPLACE* SHOPEE
(STUDI *CONTENT ANALYSIS* DESKRIPTIF PADA PRODUK
SCARLETT WHITENING BRIGHTENING FACIAL WASH)**

SKRIPSI

Oleh:

Tri Prasetyo Nugroho

201810415146



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Platform *Marketplace* Shopee (Studi *Content analysis* Deskriptif pada produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash)

Nama Mahasiswa : Tri Prasetyo Nugroho

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415146

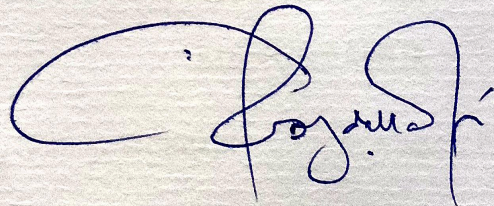
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 September 2022

Jakarta, 14 Oktober 2022

MENYETUJUI

Pembimbing



Aryadillah, S.Sos.I, M.M, M.I.Kom

NIDN 0329088601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perilaku Konsumen Dalam
Menggunakan Platform *Marketplace*
Shopee (Studi *Content analysis*
Deskriptif Pada Produk Scarlett
Whitening Brightening Facial Wash)

Nama Mahasiswa : Tri Prasetyo Nugroho

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415146

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 September 2022

Jakarta, 14 Oktober 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 303077002

Penguji I : Aryadillah. S.Sos.I, M.M, M.I.Kom

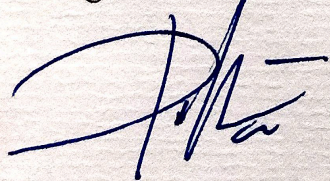
NIDN 0329088601

Penguji II : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0302069106

MENGETAHUI,

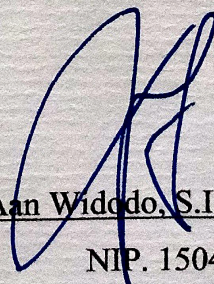
Ketua Program Studi, Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Platform Marketplace Shopee (Studi Content Analysis Deskriptif pada produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash). Ini adalah benar-benar hasil dari karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya sudah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Oktober 2022

nyataan

METERAI
TEMPEL
10
Prasetyo Nugroho

201810415146

ABSTRAK

Tri Prasetyo Nugroho, 201810415146. Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Platform Marketplace Shopee (Studi Content Analysis Deskriptif pada produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen pada platform shopee dalam memberikan evaluasi terhadap produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash, dan memberikan sumbangsih baru terhadap perkembangan komunikasi digital. Penelitian ini menggunakan teori behaviorisme yang dikemukakan oleh (Thorndike, 1898), yang nantinya juga akan menjadi pacuan dalam melakukan analisis dari beberapa faktor perilaku konsumen shopee dalam memberikan ulasan terhadap produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode penelitian content analisis wacana . Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan observasi dan dokumentasi, kemudian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen shopee dalam memberikan ulasan pada produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash, termasuk kedalam beberapa faktor perilaku konsumen, antara lain seperti faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta peran dan status, selain itu juga ada faktor psikologi yang berdasarkan pada usia konsumen, faktor psikologi yang juga berdasar pada motivasi dan persepsi konsumen. Namun peneliti menemukan faktor lainnya dalam perilaku konsumen yaitu faktor cuaca.

Kata kunci : perilaku konsumen, Shopee, faktor perilaku konsumen.

ABSTRACT

Tri Prasetyo Nugroho, 201810415146. *Consumer Behavior in Using the Shopee Marketplace Platform (Descriptive Content Analysis Study on the Scarlett Whitening Brightening Facial Wash product).*

This study aims to determine consumer behavior on the shopee platform in evaluating the Scarlett Whitening Brightening Facial Wash product, and to make new contributions to the development of digital communication. This study uses the theory of behaviorism proposed by (Thorndike, 1898), which will also be the basis for analyzing several factors of shopee consumer behavior in providing reviews of products from Scarlett Whitening Brightening Facial Wash. This type of research is a qualitative research method with content analysis discourse. The data collection technique in this research is by using observation and documentation, then the data analysis technique used in this research is data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of this study indicate that shopee consumer behavior in providing reviews on Scarlett Whitening Brightening Facial Wash products, includes several factors of consumer behavior, including social factors such as reference groups, family and roles and status, besides that there are psychological factors based on consumer age, psychological factors which are also based on consumer motivation and perception. However, the researchers found another factor in consumer behavior, namely the weather factor.

Keywords: consumer behavior, Shopee, consumer behavior factors.

KATA PENGANTAR

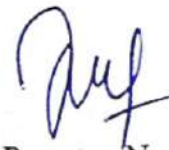
Puji serta syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT atas rahmat, hidayah dan nikmat-Nya, serta tidak lupa juga kepada kedua orang tua penulis yang telah mendidik, mendukung, serta mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Platform *Marketplace* Shopee (*Studi Content analysis* Deskriptif Pada Produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash)”** Dalam proses pengerjaan skripsi ini tentunya terdapat pihak-pihak yang turut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, oleh karenanya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Penguji Skripsi
5. Bapak Aryadillah, S.Sos.I, M.M, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I, sekaligus penguji 1 yang telah meluangkan waktu, serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
6. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku penguji 2 skripsi.
7. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku dosen yang juga membantu membimbing dan telah meluangkan waktu, serta memberikan arahan ketika bimbingan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
8. Konsumen Shopee yang memberikan ulasan terkait perilaku dalam menggunakan platform *marketplace* Shopee pada produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash.
9. Untuk rekan saya Ludiyah Fitrianih, Vidia Devi Jayatri, Alfajri Putra Jasanagara, dan Muhammad Rifai Alfarisi yang telah mendukung serta membantu proses penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh teman seangkatan dan seperjuangan yang memotivasi dan mendukung dalam proses penelitian ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi siapapun, namun dibalik itu semua tentunya masih terdapat beberapa kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu saran dan kritik dari berbagai pihak dibutuhkan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan lebih baik lagi.

Jakarta, 14 Oktober 2022

Penulis,



Tri Prasetyo Nugroho



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Akademis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Konsep.....	13
2.2.1 Pengertian Perilaku	13
2.2.1.1 Jenis-jenis Perilaku	14
2.2.1.2 Faktor yang Memengaruhi Perilaku	15
2.2.2 Konsumen	15
2.2.2.1 Jenis Konsumen	16
2.2.2.2 Hak Konsumen	17
2.2.2.3 Kewajiban Konsumen.....	18

2.2.3 Platform <i>Marketplace</i>	18
2.2.3.1 Jenis Platform <i>Marketplace</i>	19
2.2.4 Shopee	19
2.2.4.1 Penawaran Produk Shopee	20
2.2.4.2 Ketentuan Usia Pengguna Shopee.....	21
2.2.5 Scarlett Whitening.....	21
2.2.6 Komunikasi Pemasaran	21
2.2.7 <i>Memorable Customer Experience</i>	22
2.2.8 Perilaku Konsumen.....	22
2.2.8.1 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	23
2.3 Kerangka Teori.....	25
2.3.1 Teori Komunikasi Behaviorisme	25
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Informan Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.6 Triangulasi Data	33
3.7 Waktu dan Tempat Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	37
4.3 Hasil penelitian.....	37
4.3.1 Perilaku konsumen dalam produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash di pengaruhi oleh faktor sosial	38
4.3.2 Perilaku konsumen dalam produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash di pengaruhi oleh faktor pribadi	44
4.3.3 Perilaku konsumen dalam produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash di pengaruhi oleh faktor psikologi	49

4.3.4 Perilaku konsumen dalam produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash di pengaruhi oleh faktor cuaca	55
4.4 Pembahasan	58
4.4.1 Faktor Perilaku Konsumen dalam menggunakan platform Shopee pada produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash	60
4.4.1.1 Faktor Sosial.....	60
4.4.1.2 Faktor Pribadi.....	62
4.4.1.3 Faktor Psikologi	63
4.4.1.4 Faktor Cuaca	65
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	33
Tabel 4.1 Perilaku konsumen Produk Scarlett whitening Brightening Facial Wash di Platofm Shopee dipengaruhi oleh Faktor Sosial.....	38
Tabel 4.2 Perilaku konsumen Produk Scarlett whitening Brightening Facial Wash di Platofm Shopee dipengaruhi oleh Faktor Pribadi	45
Tabel 4.3 Perilaku konsumen Produk Scarlett whitening Brightening Facial Wash di Platofm Shopee dipengaruhi oleh Faktor Psikologi.....	49
Tabel 4.4 Perilaku konsumen Produk Scarlett whitening Brightening Facial Wash di Platofm Shopee dipengaruhi oleh Faktor Cuaca.....	55









LAMPIRAN 6

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening Brightening Facial Wash.....36



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 2	: Transkrip Observasi
LAMPIRAN 3	: Reduksi Data
LAMPIRAN 4	: Dokumentasi
LAMPIRAN 5	: Kartu Bimbingan Skripsi
LAMPIRAN 6	: Form Perbaikan Sidang Skripsi

