

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN WANITA DI MEDIA SOSIAL
PADA TOKO VIENEY ONLINE SHOP
(STUDI KASUS DI AKBID AL-SUAIBAH PALEMBANG)**



LAPORAN AKHIR

Disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III pada
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh:

RISMA NURUL MAHMUDAH (0612 3060 1240)

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2015

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN WANITA DI MEDIA SOSIAL
PADA TOKO VIENEY ONLINE SHOP
(STUDI KASUS DI AKBID AL-SUAIBAHPALEMBANG)**



Disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III pada
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh:

RISMA NURUL MAHMUDAH (0612 3060 1240)

Menyetujui,

Pembimbing I,

Dra. Elvia Zahara, S.E., M.M.
NIP 195808231988112001

Pembimbing II,

Divianto, S.E., M.M.
NIP 197602192006041002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.
NIP 197208182003121002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risma Nurul Mahmudah
NIM : 061230601240
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Judul Laporan Akhir : Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Media Sosial Pada Toko Vieney Online Shop (Studi Kasus Di Akbid Al-Suaibah Palembang)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain
3. *Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 02 Juli 2015

Yang membuat pernyataan



Risma Nurul Mahmudah

NIM 0612 3060 1240

LEMBAR PENGESAHAN

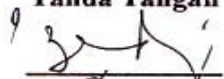
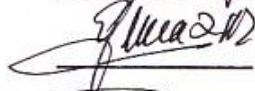

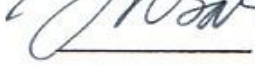
Nama : Risma Nurul Mahmudah
Nim : 0612 3060 1240
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis
Bidang Ilmu : Perilaku Konsumen
Judul : Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Media Sosial Pada Toko Vieney Online Shop (Studi Kasus Di Akbid Al-Suaibah Palembang)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan **LULUS**

**Pada hari:
Kamis**

**Tanggal
2 Juli 2015**

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res</u> Ketua		<u>8/7/2015</u>
2.	<u>Dra. Elvia Zahara, M.M.</u> Anggota		<u>8/7 - 2015</u>
3.	<u>Esva Alhadi, S.E., M.M.</u> Anggota		<u>9/7 - 2015</u>
4.	<u>M. Nizar Al-Rasyid, S.E.</u> Anggota		<u>9/7 - 2015</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan pernah menunda pekerjaan, jika tidak ingin pekerjaan itu menjadi beban bagi hidupmu.”

(Penulis)

“Masa lalumu sudah selesai. Hari ini adalah awal dari sisa masa depanmu. Hiduplah sepenuhnya hari ini!”

(Mario Teguh)

Ku Persembahkan Kepada:

- *Ayah Dan Ibu Ku Tercinta*
- *Saudara-Saudara ku*
- *Dosen PembimbingKu*
- *Sahabat-Sahabat Terbaikku*
- *Teman-teman seperjuangan 6 ANC*
- *Almamater yang kami banggakan*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami haturkan kepada Allah S.W.T. karena berkat karunia dan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Media Sosial Pada Toko Vieney Online Shop (Studi Kasus Di Akbid Al-Suaibah Palembang)”**.

Penyusunan laporan ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang khususnya bagi mahasiswa semester 6 (enam).

Penulis menyadari bahwa menyusun Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangat kami harapkan untuk penyempurnaan Laporan Akhir ini. Semoga Laporan Akhir ini berguna bagi pembaca maupun bagi penulis pribadi.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya para dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam proses pembuatan Laporan Akhir ini.

Palembang, Juni 2015

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan laporan Praktek Kerja ini, penulis telah banyak menerima dukungan dari pihak lain yang bersedia membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaiannya.

Dalam kesempatan ini penulis ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak RD. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M. selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., MAB. selaku wakil ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Elvia Zahara, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I Laporan Akhir.
5. Bapak Divianto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II Laporan Akhir.
6. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan dorongan moril dan materil serta doa dan semangat sehingga Penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Staf Yayasan dan Mahasiswi-Mahasiswi Akademi Kebidanan Al-Su'aibah Palembang.
8. Seluruh dosen dan staf Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
9. Sahabat-Sahabat terbaikku Hodija, Meilisa Flamboyaning Tyas, Monika Herawati, Widya Octarina, dan Yuli Qurniawaty (RombonganKu) yang telah membantu dan selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
10. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya Mahasiswa kelas 6 ANC yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
11. Sahabatku Sarlina yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.

12. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan dukungan demi terwujudnya Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih, semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dan berkah dari Allah SWT. Amin

Palembang, Juni 2015

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine consumer perceptions of women's clothing purchasing decisions in social media (Online Shop), the study includes the dimensions of consumer perceptions and factors influencing consumer purchasing decisions. Population in this research is all student Akbid Al-Suaibah Palembang Level I, Level II, and Level III. While the number of samples used were 49 people from a total student have been shopping in Social Media is 97 people. In this study the authors used a technique Probability Sampling using simple random sampling method, where sampling of the population was randomly without regard to strata that exist in the population. From the analysis using percentage calculation result that consumer perception towards women's clothing products in social media (Online Shop) is good, because more than half of the respondents agreed with the statements contained in each of the dimensions and factors affecting consumer purchase decisions towards women's clothing sold in social media (Online Shop) is a savings of time, cost, effort, and there are discounts, free shipping, as well as models of the products sold are also more updates and rarely found in the market / store.

Keywords: Customer Perception, Decision of Purchasing

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	5
1.3	Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.4	Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
	1.4.1 Tujuan Penelitian	5
	1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5	Metodologi Penelitian	6
	1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	6
	1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
	1.5.3 Metode Pengumpulan Data	7
	1.5.4 Teknik Pengumpulan Data	7
	1.5.5 Analisis Data	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Persepsi Konsumen	11
	2.1.1 Pengertian Persepsi	11
	2.1.2 Dimensi Persepsi	11

2.1.3	Proses Persepsi	12
2.1.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	13
2.2	Keputusan Pembelian	13
2.2.1	Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.2.2	Proses Pengambilan Keputusan	14
2.2.3	Komponen Keputusan Pembelian	15
2.3	Media Sosial dan Online Shop	16
2.3.1	Pengertian Media Sosial	16
2.3.2	Kategori Media Sosial	16
2.3.3	Pengertian Online Shop	17
2.3.4	Karakteristik Online Shop atau E-Commerce	17
2.3.5	Manfaat dan Risiko Berbelanja Online	17
2.3.6	Keuntungan E-Commerce atau Bisnis Online	18
2.3.7	Kerugian E-Commerce atau Bisnis Online	19
2.4	Pakaian Wanita	20
2.4.1	Pengertian Pakaian	20
2.4.2	Jenis-Jenis Pakaian Wanita	20
2.4.3	Merek-Merek Pakaian Wanita	22

BAB III KEADAAN UMUM

3.1	Sejarah Singkat Toko Vieney Online Shop	23
3.2	Visi dan Misi Perusahaan	23
3.2.1	Visi Perusahaan	23
3.2.2	Misi Perusahaan	24
3.3	Struktur Organisasi	24
3.4	Profil Responden	27
3.4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	27
3.4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkatan Semester	28
3.4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Berbelanja Online	29
3.4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial Yang Digunakan	30
3.5	Hasil Pengolahan Kuesioner Tentang Persepsi	31
3.6	Hasil Pengolahan Kuesioner Tentang Keputusan	

Pembelian	44
-----------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Persepsi Konsumen Terhadap Pakaian Wanita Yang Dijual Di Media Sosial (<i>Online Shop</i>)	51
4.1.1 Dimensi Kinerja Produk (<i>Performance</i>)	51
4.1.2 Dimensi Keterandalan Produk (<i>Reliability</i>)	53
4.1.3 Dimensi Fitur Produk (<i>Feature</i>)	55
4.1.4 Dimensi Daya Tahan (<i>Durability</i>)	57
4.1.5 Dimensi Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	59
4.1.6 Dimensi Kemampuan Diperbaiki (<i>Service Ability</i>)	61
4.1.7 Dimensi Keindahan Tampilan Produk (<i>Aesthetic</i>)	63
4.1.8 Dimensi Kualitas Yang Dirasakan (<i>Preceived Quality</i>)	65
4.2 Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Yang Dijual Di Media Sosial (<i>Online Shop</i>).....	67
4.3 Dimensi Persepsi yang Paling Dominan yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jenis Produk Yang Dibeli Di Online Shopping	2
Gambar 1.2	Media Sosial Yang Sering Digunakan Untuk Berbelanja Online	3
Gambar 3.1	Struktur Organisasi	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswi Akbid Al-Suaibah Yang Pernah Belanja Pakaian Wanita di Media Sosial (Online Shop)	7
Tabel 1.2	Pengukuran Skala Likert	9
Tabel 3.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	27
Tabel 3.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkatan Semester	28
Tabel 3.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	29
Tabel 3.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial Yang Digunakan Dalam Berbelanja Online	30
Tabel 3.5	Persentase Jawaban Dimensi Kinerja Produk	31
Tabel 3.6	Persentase Jawaban Dimensi Keterandalan Produk	33
Tabel 3.7	Persentase Jawaban Dimensi Fitur Produk	34
Tabel 3.8	Persentase Jawaban Dimensi Daya Tahan	36
Tabel 3.9	Persentase Jawaban Dimensi Kesesuaian	38
Tabel 3.10	Persentase Jawaban Dimensi Kemampuan Diperbaiki.....	39
Tabel 3.11	Persentase Jawaban Dimensi Keindahan Tampilan Produk.....	41
Tabel 3.12	Persentase Jawaban Dimensi Kualitas yang Dirasakan	42
Tabel 3.13	Persentase Jawaban Keputusan Pembelian.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Rekomendasi
- Lampiran 2. Lembar Konsultasi Pembimbing I
- Lampiran 3. Lembar Konsultasi Pembimbing II
- Lampiran 4. Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 5. Kartu Kunjungan
- Lampiran 6. Daftar Nama Mahasiswi Akbid Al-Suaibah yang Pernah Berbelanja Online
- Lampiran 7. Kuesioner
- Lampiran 8. Hasil Kuesioner Persepsi Konsumen
- Lampiran 9. Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian