

**Pemanfaatan Media Sosial Dalam Memahami Perilaku Konsumen
Terhadap Keputusan Pembelian**

by

Nilna Muna ⁽¹⁾
I Putu Miartana ⁽²⁾

Undiknas Graduate School
Jl. Waturenggong No. 164, Denpasar, Bali

nilna.nana@gmail.com ⁽¹⁾
putumiartana@yahoo.com ⁽²⁾

ABSTRACT

This research aims to determine the benefits of social media in understanding consumer behavior toward purchase decisions of Jewelry accessories in MOD-Collection. Social media is one of the media where its participant can interact and share information with other user's. Social media in business has benefits for online branding, marketing, building relationship and word of mouth / networking, where it can use to understand consumer behavior & purchase decision. Consumer behavior & purchase decision in social media can be identified from the needs & desires which shows from their interaction & communication in media social. This research uses qualitative method which involved 8 subject informants. Techniques of data collection is done by observation and deep interview. The results of this study indicate that consumer behavior influenced by culture, social, personal and psychological factors while purchase decision influenced by price, quality, communication convenience and goods design factors.

Keywords: *Social media, consumer behavior, purchase decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat media sosial dalam memahami perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian aksesoris Perhiasan MOD-Collection. Media sosial adalah salah satu media dimana partisipan dapat berinteraksi dan berbagi informasi dengan pengguna lain. Media sosial dalam bisnis memiliki keuntungan untuk pemasaran online, pemasaran, membangun hubungan dan kata dari mulut ke mulut / jaringan, yang dapat digunakan untuk memahami perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Perilaku konsumen dan keputusan pembelian di media sosial dapat diidentifikasi dari kebutuhan & keinginan yang ditunjukkan dari interaksi dan komunikasi mereka di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang melibatkan 8 orang informan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, personal dan psikologis sedangkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas, kenyamanan komunikasi dan faktor desain barang.

Kata kunci : *Media Sosial, perilaku konsumen, keputusan pembelian*

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyasuari, P.A.S., and Darma, G.S. (2017). Technology Acceptance Model dan E-Satisfaction in Mobile Banking, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 1-12.
- Adnyana, R., and Darma, G.S. (2015). Strategi Marketing Mix, Yield Management, Customer Satisfaction and Occupancy Rate, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 92-115.
- Arsriani, I.A.I., and Darma, G.S. (2013). Peran Media Sosial Online Dan Komunitas Terhadap Keputusan Nasabah Bank, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, **10** (2): 48-68.
- Artawijaya, I.G.P.A., and Darma, G.S. (2015). Evaluation The Effectivity of Performance Management Online System to Improving The Employees Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 73-89.
- Angka, A.T., and Darma, G.S. (2016). The Impact of Leadership Style on Employee's Satisfaction, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 78-91.
- Adnyasuari, P.A.S., and Darma, G.S. (2017). Technology Acceptance Model dan E-Satisfaction in Mobile Banking, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 1-12.
- Alsubagh, H. (2015). The Impact of Social Networks on Consumers' Behaviour, *International Journal of Business and Social Science*, **6** (1).
- Budiasni, N.W.N., and Darma, G.S. (2016). Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Lembaga Keuangan Berbasis Kearifan Lokal, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (2): 1-19.
- Chung, C., and Austria, K. (2010). Social Media Gratification and Attitude toward Social Media Marketing Messages A Study of the Effect of Social Media Marketing Messages on Online Shopping Value, *Northeast Business & Economics Association*: 581-586
- Citra, S.P. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra PERFORMA, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, **1** (5).
- Darma, G.S. (2006). The Impact of Information Technology Investment on the Hospitality Industry, *Jurnal MAKSI*, **6** (1): 1-22.
- Darma, G.S. (2006). Strategi Interaksi Sosial pada Jaman Nir-Kabel, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, **18** (1): 39-49.
- Dewi, C.R., and Darma, G.S. (2014). Website Usability, Satisfaction, Loyalty, Security Perception, Trust, and Word of Mouth in e-Commerce Business, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (2): 1-30.

- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosia Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi, ISSN: 0852-8349 Juli-Desember, **16** (2): 81-102.
- Fatmawati, N. (2017). *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun*, e-journal.unair.ac.id/index.php, **10** (1).
- Hennig, T. (2004). Consumer-Opinion Platforms, *Journal of Interactive Marketing*, **18** (I).
- Hendhana, S., and Darma, G.S. (2017). Service Quality Rumah Sakit dan Efeknya terhadap Patient Satisfaction, Perceived Value, Trust, dan Behavioral Intention, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 37-55.
- Indrawati, (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Istikhomah, I., and Darma, G.S. (2016). Masifnya Penggunaan Online Travel Agents Dalam Meningkatkan Revenue Pemasaran, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 52-63.
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 143-165.
- Kaplan, A.M., and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizons*, **53**: 59-68.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 15th Global Edition. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Kotler and Lee. (2007). *Marketing In the Public Sector*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Alih bahasa Bob Sabran M. M, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kumari, K.P. (2016). A Study On Consuonsumer Preference Towards Gold Jewellery Shop In Erode City, *Iracst – International Journal of Commerce, Business and Management (IJCBM)*, **5** (2).
- Lee. (2009). How do online reviews affect purchasing intention African, *Journal of Business Management*, **3910**: 576-581.
- Mangold, W.G., and Faulds, D.J. (2009). Social media the new hybrid element of the promotion mix, *Business Horizons*, **52** (4): 357-365.
- Miles, M.B., and Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publishers.
- Moleong, L.J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nesia, A., and Darma, G.S. (2015). Diversification Analyzes the Concept of Branding and Promotion to Company Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 125-171.
- Nugroho, H.K. (2014). *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, Yogyakarta, 15 November 2014, ISSN:1979-911X.
- Patni, S.S., and Darma, G.S. (2017). Non-Performing Loan, Loan to Deposit Ratio, Net Interest Margin, BOPO, Capital Adequacy Ratio, Return on Asset dan Return on Equity, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 166-184.
- Pranata, I.M.A., and Darma, G.S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 69-81.
- Peter, J.P., and Jerry, C.O. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Edisi 9. Salemba Empat.
- Permanasari, I.A.S., and Darma, G.S. (2013). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Rasa Aman, Rasa Percaya Dan Loyalitas Nasabah Dalam Meningkatkan Saldo Bank, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, **10** (1): 186-204.
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Prisgunanto, I. (2012). Pengaruh Tingkat Kepercayaan Berkomunikasi di Jejaring Sosial Internet (Social Media) Terhadap Perilaku Beli Mahasiswa (Survei Asosiatif Netter Kaskus Mahasiwa Jurusan Teknologi Informasi di beberapa Kampus di Jakarta, Universitas Multimedia Nusantara, *Jurnal – Juni 2012*, **IV** (1).
- Sangadji, E.M., and Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sukerta, I.P.G., and Darma, G.S. (2014). Application Of Information Technology Integrated System To Improving The Quality And Financial Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (2): 72-88.
- Saputra, R.A. (2015). Pengaruh media sosial Instagram terhadap Keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pada Mr. Weed Barbershop, *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang*.
- Schiffman, L., and Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N.J. (2015). *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan ke-6. Prenadamedia Group.

- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah, *Jurnal Liquidity*, **2** (1): 80-86.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen Panduan Riset Sederhana Untuk Menggali Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktek Riset Perilaku Konsumen Panduan Teori, Kuesioner, Alat, Dan Analisis Data*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Cet. Ke-19. Bandung: Alfabeta.
- Tritama, H.B., and Tarigan. (2016). The Effect of Social Media to the Brand Awarness of a Product of a company, *CommIT Internatinal Journal*, **10** (1): 9-14.
- Wiandari, I.A.A., and Darma, G.S. (2017). Kepemimpinan, Total Quality Management, Perilaku Produktif Karyawan, Kinerja Karyawan dan Kinerja Perusahaan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 61-78.
- Widiastra, I.K., and Darma, G.S. (2015). Komitmen, Kepuasan Kerja, Organizational Citizenship Behavior dan Kinerja Pegawai Kontrak, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 214-241.
- Yudiastra, P.P., and Darma, G.S. (2015). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Disiplin Kerja, Insentif, Turnover Terhadap Kinerja Pegawai, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 156-172.