

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIF BELANJA ONLINE PADA PRODUK FASHION

M. Farizy, Fitri Agustina ST.MT, Trisita Novianti ST.MT

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Trunojoyo Madura

Jl. Raya Telang, Po-Box 2 Kamal, Bangkalan 69162

Email: michaelfarizy@yahoo.com

Abstrak

Produk *online* secara umum adalah produk yang dijual secara online yang secara umum yg dijual adalah baju, sepatu, jaket dan lain lain yang diminati oleh banyak orang khususnya konsumen yang sering melakukan pembelian di media *online*. Dari segi penjualan *online konsumen* lebih memilih untuk membeli produk dengan kualitas tinggi dan dapat didapatkan dengan mudah lewat media online tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang menentukan minat beli konsumen, dengan menggunakan metode Delphi untuk menemukan variabel apa saja yang dipakai dari para expert dan metode analisis faktor untuk menemukan faktor faktor baru dengan menggunakan alat bantu questioner untuk proses pengambilan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 4 faktor baru yang terbentuk dari variabel-variabel penelitian yang berjumlah 16 variabel. Keempat faktor baru tersebut adalah informasi, kemudahan pemasaran, efisiensi dan komunikasi

Kata kunci: Analisis Faktor, Metode Delphi, *Online shopping* .

Abstract

Online products in general are products sold by online, generally being sold is clothing, shoes, jackets and others are preferred by many consumers, especially those who frequently make purchases in online media. In terms of sales online consumers prefer to buy products with high quality and can be obtained easily through online media. This research is determine to the factors that knowing consumer buying interest, using the Delphi method to discover what variables are used from the expert and the method of factor analysis to find new factors using the tool of the questionnaire for the data retrieval process. These results indicate that there are four new factors that are formed from research variables which amounts to 16 variables. The new fourth factor is information, the ease of marketing, efficiency and communication

Keywords: Factor analysis, Delphi method ,. Online shopping.