

MOTIVASI MUA GRESIK DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN ONLINE MARKETPLACE YANG MENERAPKAN STRATEGI C2C COMMERCE

Nama Mahasiswa : Ramadhani Tika Mustofa
NIM : 1011610073
Pembimbing : Rosa Rilantiana, S.E., M.M.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi konsumen dalam melakukan pembelian online marketplace yang menerapkan strategi *C2C Commerce*. Dasar teori yang diambil dalam penelitian ini adalah teori mengenai motivasi dan motivasi konsumen dalam melakukan pembelian secara online marketplace. Dari teori tersebut menjabarkan mengenai kebutuhan konsumen sampai dengan motif yang digunakan konsumen dalam melakukan pembelian secara online di dalam *marketplace*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Teknik pengumpulan data data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini mendapatkan sebanyak 3 orang informan yang berprofesi menjadi MUA di Kota Gresik yang masuk di dalam kriteria peneliti yang telah melakukan pembelian *online* di dalam *marketplace* yang menerapkan *C2C Commerce*. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa motivasi para MUA ketika melakukan pembelian secara online di dalam marketplace yaitu karena adanya motif rasional, dimana motif tersebut muncul Karena mereka membeli kebutuhan tersebut untuk menunjang profesinya sebagai MUA. Para informan akan melakukan pengulangan pembelian secara *online*, yang mana sebelum adanya pengulangan pembelian tersebut para informan terlebih dahulu membeli suatu produk untuk kebutuhannya melalui *offline*, dimana pengulangan pembelian akan muncul ketika para informan telah mengetahui produk tersebut. Karena adanya motivasi untuk melakukan pembelian sesara *online* di *marketplace* maka para MUA dapat disebut dengan *utilitarian shopping*. Para MUA mengedepankan kebutuhannya daripada keinginannya, setelah kebutuhannya telah terpenuhi maka akan muncul motivasi hedonis yang disebut dengan *hedonic motivation*. Para MUA akan melakukan pengulangan pembelian

Kata Kunci: Motivasi Konsumen, Pembelian Online, Marketplace

**THE MOTIVATION OF MUA GRESIK IN PURCHASING ONLINE
MARKETPLACE THAT IMPLEMENTS C2C COMMERCE
STRATEGY**

Nama Mahasiswa : Ramadhani Tika Mustofa
NIM : 1011610073
Pembimbing : Rosa Rilantiana, S.E., M.M.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the motivation of consumers in making online marketplace purchases that implement the C2C Commerce strategy. The basic theory taken in this study is a theory of the motivation and motivation of consumers in making online marketplace purchases. From this theory describes the needs of consumers to the motives that consumers use in making online purchases in the marketplace. The method used in this study is a qualitative descriptive with the phenomenology approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The research has received as many as 3 informant that profession become MUA in Gresik city which entered in the criteria of researchers who have made online purchase in the marketplace implementing C2C Commerce. Based on analysis results found that the motivation of the MUA when making an online purchase in the marketplace is because of the rational motive, where the motif appears because they bought the need to support the profession as MUA. The informant will make a repeat purchase online, which before the repetition of the purchase the informant first buy a product for its needs through offline, where the recurrence of the purchase will appear when the informant is aware of the product. Because of the motivation to make a purchase of online Sesara in the marketplace, the MUA can be called by utilitarian shopping. The MUIS put forward the needs of his wishes, after his needs have been fulfilled then the motivation will appear hedonist called hedonic motivation. The MUA will perform the purchase recurrence

Keywords: consumer motivation, Online purchases, Marketplace