

BAB 4

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Perilaku pembelian dipengaruhi secara kuat oleh budaya, sosial, kepribadian, dan karakteristik psikologis. Bagi sebagian besar, pemasar tidak dapat mengontrol faktor lain seperti demografik, faktor ekonomi, dan faktor teknologi. Faktor internal seperti kepercayaan dan sikap, motivasi dan kebutuhan, persepsi juga turut mempengaruhi perilaku pembelian.
2. Ada beberapa faktor yang mendorong konsumen dalam melakukan *online shopping*, antara lain seperti kebutuhan yang mengarahkan konsumen dalam mencapai tujuan yang di inginkan., persepsi terhadap karakteristik sebuah merek, demografis berdasarkan umur, jenis kelamin, status perkawinan, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan lain sebagainya, serta perubahan gaya hidup yaitu pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya
3. Dalam memutuskan *media online* sebagai media pembelian, perilaku konsumen banyak dipengaruhi oleh kemudahan fitur serta barang yang ditawarkan, serta promosi melalui katalog *online*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Engel, F. James, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi Keenam, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran : Principles Of Marketing 7e*, Jilid 1, Pt Prenhallindo, Jakarta.
- Kim J., and Park J., 2005, Consumer Shopping Channel Extension Model: Attitude Shift Toward The Online Store, *Journal of Fashion Marketing and Management*, p.106-121.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, 1993, *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*, (Third Edition), Richard D. Irwin Inc., Boston.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen : Komunikasi Pemasaran*, Pengantar Teddy Pawitra, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie L. Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, (Sixth Edition), Prentice Hall International Inc., United Kingdom, London.
- Wu, S.,I., 2003., The Relationship Between Consumer Characteristics and Attitude Toward Online Shopping, *Journal Marketing Intelegence Planning*, p 37-34.
- www.swa.co.id, diakses 15 Desember, 2006.