

Analisis Perilaku Konsumen dan Dampak Dari Peningkatan Penggunaan Bisnis Online Shop di Makassar Saat Pandemi Covid-19

Andi Annisa Sulolipu^{1*}, Andi Tonra Lipu²,

^{1,2}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Patempo
Email: annisafachri.aas@gmail.com; andi.tonralipu34@gmail.com

*Corresponding Author

(Received: 29-November 2022; Accepted: 17 Januari-2023; Published: 30-Januari-2023)

Abstrack. This study aims to determine consumer behavior and the impact of increasing online shop use in the Makassar area during the Covid-19 pandemic. This research will discuss behavioral theory, consumer behavior, purchasing decisions, and online business. This research was conducted using a qualitative narrative approach and using the problem study method to share results. The problem study method is an in-depth and detailed investigation of an incident and can be an exclusive incident, environment, or situation that talks about or makes sense of something. Researchers conducted research on online shop users to receive saturated data and find answers that definitely depend on the research subject. Data analysis used in this study includes data organization, data reading (memo), writing data into code, grouping into coding topics, data interpretation, and data presentation. Based on the research results, there are two discussions, namely Consumer Behavior in Online Shopping and the Impact of Increasing Use of Online Shop Businesses.

Keywords: Consumer behaviour; The Impact of Increasing Online Shop Business

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dan dampak dari peningkatan penggunaan online shop di wilayah Makassar pada saat pandemic covid-19. Dalam penelitian ini akan dibahas tentang teori perilaku, perilaku konsumen, keputusan pembelian, dan bisnis online . Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan naratif kualitatif dan memakai metode studi masalah buat berbagi hasil. Metode studi masalah merupakan penyelidikan yang mendalam dan rinci mengenai suatu insiden dan bisa berupa insiden, lingkungan, atau situasi eksklusif yang membicarakan atau memaknai sesuatu. Peneliti melakukan penelitian pada pengguna online shop hingga menerima data yang jenuh dan menemukan jawaban yang niscaya tergantung berdasarkan subjek penelitian. Analisis data yang dipakai pada penelitian ini mencakup pengorganisasian data, pembacaan data (memo), penulisan data ke dalam kode, pengelompokan ke dalam topik pengkodean, interpretasi data, dan penyajian data. Berdasarkan hasil penelitian maka ada dua pembahasan yaitu Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online dan Dampak Dari Peningkatan Penggunaan Bisnis Online Shop.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen; Dampak Meningkatnya Bisnis Online Shop.

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sedang bekerja keras untuk menghentikan penyebaran Covid-19, dan banyak orang di Indonesia yang terkena dampak virus tersebut. Negara-negara lain juga merasakan dampak. Covid-19 merupakan virus yang dapat menyebabkan gejala mirip flu. Kasus Covid-19 di Indonesia belakangan ini semakin sedikit, namun tetap menjadi masalah. Masyarakat harus mengambil langkah-langkah untuk menjaga kesehatannya termasuk menghindari kontak dengan orang yang sakit, dan melakukan vaksinasi. Pemberantasan Covid-19 adalah bagian penting untuk mencegah kasus di masa depan.

Pemerintah menganjurkan agar mencoba membatasi diri dengan lingkungan sosial yang ramai. Selain itu Untuk mencegah tertular Covid-19, perlu menjaga kebersihan, dan mengikuti gaya hidup sehat. serta membiasakan sering mencuci tangan. Hasil data yang dikutip peneliti dalam jurnal *Positive Effects of Covid-19 Control Measures on Influenza Prevention* ini menjelaskan bahwa cara efektif pencegahan Covid-19 yang harus diterapkan di masyarakat adalah dengan mengikuti praktik kesehatan masyarakat.

Covid-19 berdampak besar bagi masyarakat. Pemberlakuan PSBB akan berdampak pada perekonomian masyarakat karena akan

mempersulit masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan. Covid-19 telah mempengaruhi begitu banyak orang, Wiku Adisasmito, pakar penanganan pandemi Covid-19, mengatakan pemerintah tidak boleh melakukan lockdown karena perekonomian masyarakat semakin terpuruk karena banyak masyarakat Indonesia yang mendapatkan penghasilan melalui upah yang mereka terima setiap hari. Pemerintah pusat, serta banyak pemerintah daerah, berkomunikasi dengan masyarakat untuk meminta bantuan mereka dalam memerangi pandemi. Beberapa pemerintah daerah juga membuat keputusan untuk menutup bisnis, sekolah, dan tempat lain untuk waktu yang singkat untuk membantu mencegah penyebaran pandemi. Tempat wisata sering merugi, dan banyak tour operator yang nekad membuka kembali tempat wisata karena harus membayar operasional yang ada. Namun tempat wisata yang dikelola tidak menghasilkan apa-apa, karena penutupan oleh pemerintah daerah dan pusat telah menghabiskan keuntungan mereka.

Begitu banyak pabrik yang meliburkan karyawan bahkan beberapa perusahaan meliburkan semua karyawan. Ada beberapa perusahaan yang ingin mempertahankan beberapa karyawan, namun yang dipekerjakan harus mematuhi peraturan yang dibuat oleh perusahaan dan pemerintah untuk menjamin keselamatan karyawan. Selain itu, beberapa karyawan dibekerjakan di rumah Tujuannya, jika ada pesanan pasar yang tiba-tiba, karyawan dipanggil kembali bekerja. Menurut para Karyawan yang dirumahkan, mereka belum menerima upah mereka. Dampak yang dialami karyawan yang dirumahkan menyebabkan kondisi ekonomi semakin memburuk. Keadaan ini meningkatkan angka pengangguran di Indonesia.

Coronavirus telah menyebabkan kesulitan keuangan, dampak keuangannya menyebar ke orang-orang, keluarga, organisasi kecil, menengah dan besar, dalam hal apa pun, mempengaruhi ekonomi negara dengan ukuran inklusi dari lingkungan, publik, dan, yang mengejutkan, di seluruh dunia. Kehadiran COVID 19 berdampak pada semua wilayah di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk wilayah moneter. Hadirnya PSBB membuat dunia usaha terkendala pengurangan kreasi dan tenaga kerja. Banyak perwakilan telah diberhentikan atau diberhentikan dan ini secara signifikan mengurangi kepuasan pribadi daerah setempat. Sebagian besar latihan UMKM membutuhkan

kehadiran nyata di mana selama pandemi Covid-19 ada banyak latihan UMKM yang ditanggguhkan selama sekitar beberapa bulan. Terjadi penurunan retensi barang UMKM sehingga berdampak pada penurunan gaji UMKM. Memang, bahkan sejak awal Maret 2020, gaji sehari-hari para UMKM telah turun drastis yang pada akhirnya mengganggu kelangsungan usaha mereka, telah terjadi pemotongan (PHK) yang juga telah mengurangi daya beli masyarakat.

Dampak lain yang paling dirasakan dimasyarakat adalah kenaikan harga barang-barang kebutuhan pokok yang mempersulit konsumen dalam menyediakan kebutuhan rumah tangga, Harga suatu produk atau layanan merupakan hal yang paling diperhatikan konsumen. Ketika harga produk lebih rendah dari tempat lain, konsumen tertarik dengan harga yang sama dengan harga yang lebih rendah di toko, sehingga orang berpikir, bertanya dan mengunjungi kembali barang yang dijual kepada konsumen, sehingga menghabiskan banyak waktu. Menurut Engel. Dkk (dalam Fadila. 2013) Menyebutkan tindakan konsumen untuk membeli produk atau jasa dalam proses pengambilan keputusan untuk mencapai kepuasan disebut perilaku konsumen. Sedangkan Setiadi (2008), Untuk memahami konsumen dan menyusun strategi pemasaran yang tepat, kita harus mengetahui cara berpikir dan merasakan secara logis apa yang konsumen rasakan, mengetahui apa yang konsumen pikirkan dan rasakan.

Maju pesatnya inovasi data dan surat menyurat, baik dari segi kecepatan maupun kemudahan mengakses web, telah membangkitkan dunia bisnis untuk melibatkannya sebagai media utama dalam mempromosikan barang dan administrasi. Beberapa manfaat yang dimiliki web, terutama dalam hal kemahiran, dapat secara signifikan memengaruhi pendekatan penjualan dan pembelian. Hal ini berdampak pada perilaku pembelian pelanggan yang dulunya terputus dari internet, tak terkecuali Makassar. Perubahan perilaku pembelian ini juga menyebabkan kekhasan pembangunan yang merusak di plaza ritel di beberapa komunitas perkotaan di Indonesia, terlihat dari tidak adanya pembeli dan berakhirnya toko-toko di mal-mal tersebut. Berkembangnya toko berbasis internet di Indonesia hingga saat ini masih menjadi perbincangan hangat di kalangan masyarakat luas, khususnya anak muda, yang tidak dapat dipisahkan dari hal-hal sesaat tanpa membakar

habis-habisan upaya dalam memenuhi kebutuhannya. Bagaimanapun, di balik akomodasi dan kecepatan belanja berbasis web, ada konsekuensi baik dan buruk yang dirasakan oleh klien.

Sebagaimana ditunjukkan Alwi (2020), dampak pandemi Covid-19 dikelompokkan dalam tiga keadaan pergerakan bisnis, khususnya ketahanan/kemantapan bisnis, penurunan bisnis, dan pengembangan bisnis. Dalam bisnis yang mantap melalui perubahan model asosiasi dengan pemanfaatan tahapan aplikasi online. Bisnis yang menurun adalah untuk pembeli yang sangat terdampak pandemi seperti industri perjalanan, penginapan, transportasi umum dan gerai ritel dan organisasi yang menjadi karena elemen yang berkembang dan perubahan asosiasi dalam pemanfaatan tahap aplikasi bisnis online.

Melalui bisnis berbasis internet ini, pembeli tidak perlu berusaha pergi ke toko hanya untuk mendapatkan barang yang ideal. Pembeli dapat melihat dan menjual stok melalui telepon seluler. Penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka untuk melakukan pertukaran. Pembeli cukup meminta barang yang diinginkan, kemudian, pada saat itu, cicilan dapat dilakukan melalui transfer bank atau Visa. Sejak saat itu, produk akan dikirim dari lokasi sesuai keinginan pembeli.

Akibat dari terjadinya pandemic covid-19 pemerintah mengimbau untuk melaksanakan PSBB dan *working from home*, dampak dari pandemic juga membuat banyak masyarakat menggunakan online shop untuk belanja keperluan sehari-hari. Selain karena tidak perlu keluar rumah, menggunakan online shop juga sangat mudah dan lebih fleksibel karena bisa digunakan kapan saja dan dimana saja.

Berdasarkan uraian dari latar belakang. Kajian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi penggunaan bisnis online shop. Dalam konteks ini mengarah pada perilaku konsumen dan dampak dari peningkatan penggunaan bisnis online shop di Makassar pada saat pandemic covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan naratif kualitatif & memakai metode studi masalah buat berbagi hasil. Metode studi masalah merupakan penyelidikan yg mendalam & rinci mengenai suatu insiden & bisa berupa insiden, lingkungan, atau situasi eksklusif yg membicarakan atau memaknai sesuatu. Pemilihan strategi ini didasarkan pada fakta bahwa informasi yang kami cari adalah tentang

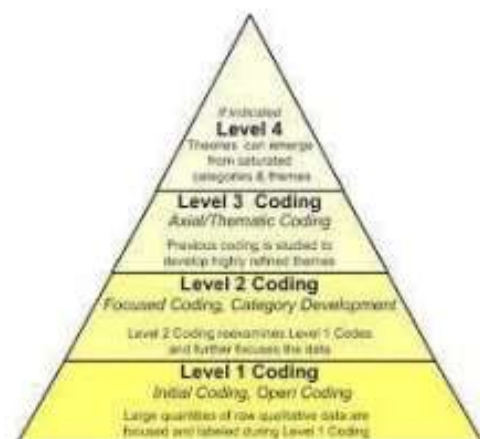
perilaku konsumen dan dampak dari meningkatnya bisnis online shop. Akan lebih mudah bagi Anda untuk menemukan fakta yang Anda butuhkan jika Anda mengungkapkannya dengan cara yang mudah dipahami.

Purposive sampling, yaitu strategi untuk mengidentifikasi informan berdasarkan faktor-faktor tertentu, digunakan dalam penelitian ini. Yaitu Pengguna online shop.

Tabel. 1 Informan Penelitian

Nama	Usia	Online shop yang sering digunakan
Nurilmi Awalia	20	Shopee
Nur Magfirah	22	Shopee & Instagram
Tiara	20	Tokopedia
Irka Novianti	20	Shopee & Tokopedia
Nimra	20	Lazada

Peneliti melakukan penelitian di antara pengguna toko online, hingga memperoleh data jenuh, dan menemukan tanggapan yang sesuai subjek penelitian. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu pengorganisasian data, pembacaan data (memo), penulisan data ke dalam kode, pengelompokan ke dalam topik pengkodean, interpretasi data, dan penyajian data (Cresswell, 2018). Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, koding adalah proses mengklasifikasikan data dengan nama pendek sehingga terlihat seperti data lainnya. Selain itu, keakuratan data dalam penelitian ini diuji dengan triangulasi temporal dan refleksi. Segitiga ketika mencoba buat mengajukan pertanyaan yg sama dalam ketika yg berbeda, melakukan proses reflektif untuk menentukan pengaruh lokasi dan identitas melalui peran pencari. Langkah-langkah enkripsi data yg dipakai pada penelitian ini ditunjukkan Langkah-langkah enkripsi data yg dipakai pada penelitian ini ditunjukkan dalam gambar berikut (Charmaz, 2006).



Gambar 1. Tahapan coding data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertanyaan	Jawaban informan
Bagaimana Persepsi terhadap Online Shop ?	Menurut saya online shop adalah suatu hal yang menyenangkan karena praktis. Online shop juga menampilkan isi deskripsi sehingga lebih memudahkan kita untuk memilih barang yang diinginkan serta tampilan yang tidak membosankan. (Tiara, Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022). (<i>Coding A1.1</i>)
Apa Yang Membuat Tertarik Untuk Belanja Online Shop ?	Saya tertarik untuk berbelanja online di online shop karena sangat fleksibel dan bisa dilakukan sambil rebahan selain itu saya merasa lebih bisa menghemat waktu, tenaga serta bisa melihat barang dan modelnya lewat layar handphone. (Nurilmi Awalia, Nur Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022). (<i>Coding A2.1</i>) Saya suka berbelanja menggunakan online shop karena kita tidak perlu keluar rumah lagi untuk berbelanja, kemudian barang yang disediakan di online shop itu banyak variannya juga banyak berbagai diskon yang ditawarkan sehingga kita sebagai pembeli merasa tertarik. (Nur Magfirah, Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022). (<i>Coding A2.2</i>)
Dampak Dari penggunaan Bisnis Online shop	Sebagai pengguna aplikasi online shop dalam menjual barang-barang yang saya tawarkan saya merasa selama pandemic ini banyak yang beralih dari berbelanja langsung di pasar ke online shop. Hal ini memberikan dampak positif karena konsumen akan terbiasa berbelanja secara online dan memiliki banyak pelanggan (Irka Novianti, Wawancara pada tanggal 15 Maret 2022). (<i>Coding A3.1</i>) Salah satu dampak yang saya rasakan dari berbelanja online shop adalah saya menjadi kecanduan untuk membeli produk yang ditawarkan, apaagi ketika terdapat diskon saya selalu ingin membeli produk-produk tersebut. Saya juga merasa malas untuk ke pasar secara langsung karena dengan adanya online shop yang bisa di akses kapanpun dan dimana saja bisa membuat saya lebih mudah memilih barang tanpa harus berdesakan di pasar (Nimra, Wawancara pada tanggal 18 Maret 2022). (<i>Coding A3.2</i>) Salah satu dampak yang saya rasakan yaitu kualitas barang yang berbeda, tidak sesuai dengan yang dipromosikan, barang rusak dalam pengiriman, kadang juga barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang di pesan. (Tiara, Wawancara pada tanggal 17 Maret 2022). (<i>Coding A3.2</i>)

PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online

Kemajuan pesat inovasi dan akses yang lebih mudah ke web telah membuka pintu terbuka yang berharga bagi individu untuk menyelesaikan latihan perdagangan di web, oleh karena itu, aplikasi perdagangan yang berbasis web saat ini bermunculan seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll. Munculnya belanja online sendiri membawa banyak keuntungan dan kerugian, belanja online dikatakan memiliki banyak

keuntungan terutama dari segi keadilan, pembeli tidak lagi harus pergi ke toko dan mengantri di kasir untuk pengembalian dana. Oleh karena itu, keberadaan berbagai jenis toko online sangat membantu. Selain kemudahan yang dialami pelanggan, toko online membawa berbagai dampak bagi masyarakat kita seperti berkembangnya budaya komersialisasi.

Belanja berbasis web adalah jenis kemajuan yang diperkenalkan oleh web sehubungan dengan perkembangan dalam belanja. Belanja berbasis web atau belanja berbasis web melalui web

adalah suatu proses pembelian tenaga kerja dan produk dari orang-orang yang menjual melalui web. (Diana dan Sarmini, 2016).

Sesuai Setiadi (2008), untuk mengetahui pembeli dan mengembangkan prosedur periklanan yang tepat, kita harus memahami proses pemikiran mereka (wawasan) dan perasaan mereka (kehangatan), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan di mana (kejadian sekitar) mempengaruhi mereka. selanjutnya, dipengaruhi oleh proses berpikir, merasa, dan melakukan pembeli. (Nofri dan Hafifah, 2018).

Dari kekhasan yang diperoleh analisis melalui pengamatan dan pertemuan dengan beberapa kelompok yang memiliki kecenderungan untuk sampai ke tujuan toko online, menjadi perhatian utama karena dengan melakukan pembelian atau mencari barang di halaman web, lebih mudah untuk Pertukaran angsuran dilakukan tanpa memahami bahwa mereka dapat membakar uang tunai yang tidak akan pernah mereka gunakan. diantisipasi. Ini karena mengejar arah saat ini dan ekologi serta perkembangan teknologi data yang tak terbantahkan untuk sampai ke lokasi toko online. (Agnes dan Dewi, 2018).

Dari ulasan tersebut juga dapat disimpulkan bahwa penyesuaian gaya hidup wanita terhadap pemborosan dalam menggunakan suatu barang atau tenaga dan produk. Hal ini tergantung dari keinginan yang tinggi baik dalam menunjang penampilan hingga memberikan point of interest yang dangkal agar terlihat lebih populer atau tidak ketinggalan zaman dalam kerangka pemikiran orang lain. Mereka juga mengakui bahwa saat ini mereka suka berbelanja melalui toko online di Instagram, meskipun sebelumnya mereka telah berbelanja online melalui berbagai media seperti Facebook, Twitter, dan Blackberry Messenger, namun tidak sesering sekarang yang berbelanja online melalui Instagram dengan selangit.

Manfaat pasar dan pembelian online saat ini tidak dalam ketidakpastian, bagi pembeli kerangka kerja berbasis web telah merusak kebutuhan, kebutuhan, dan asumsi mereka. Dalam banyak hal, pembeli membutuhkan barang yang terjangkau dengan kualitas yang baik, ini dipenuhi oleh pasar berbasis internet. (Fadillah dan Anismadiyah, 2019).

2. Dampak Dari Peningkatan Penggunaan Bisnis Online Shop

Dampak kehadiran media online shop bagi kalangan masyarakat yang memiliki tingkat literasi tinggi, menganggap bahwa media ini telah membawa pengaruh negatif yang bersifat laten

dalam kehidupan masyarakat. (Warung, 2018). Selain manfaat yang kami rasakan, ada beberapa beban yang kami rasakan atau kekurangan yang terlihat dari toko berbasis web. pertama, ada penundaan antara angsuran dan pengiriman barang. Kedua, kami tidak dapat mencoba barang yang kami minta sebelum mendapatkannya. Ketiga, kami tidak dapat memeriksa produk yang kami minta sebelumnya, terlepas dari apakah ada kerusakan. Pelanggan mempertimbangkan biaya saat membeli di toko berbasis web, di mana penilaian seseorang akan mempengaruhi tujuan belanja seseorang (Vitasari, 2020).

Kami telah mengajukan beberapa pertanyaan diberbagai sumber yang akan menjadi efek lanjutan dari eksplorasi kami. Kami memilih sumber dengan aturan yang tidak kaku. Yang masih bingung dalam memilih narasumber kami adalah mahasiswa yang sering melakukan transaksi belanja di toko online. Dilihat dari penemuan informasi, toko online kini telah memasuki berbagai kalangan masyarakat, tidak hanya pengusaha dan ibu rumah tangga yang telah merasakan efek dari toko online, saat ini toko online telah merambah dikalangan anak muda, khususnya pada mahasiswa.

Salah satu sumber kami menemukan bahwa dia adalah klien toko berbasis web, dia sering membeli barang-barang yang benar-benar dia inginkan di toko berbasis web, bukan hanya kebutuhannya, dia mengatakan dia suka membeli barang-barang yang dia butuhkan daripada yang sebenarnya dia inginkan. Selain itu, sumber kami juga mengatakan hal yang persis sama. Barang dagangan mereka beli merupakan produk yang mereka yakini menarik dan jelas sederhana. Belakangan ini, toko online secara serius memberikan berbagai batasan dan transportasi gratis untuk beberapa barang yang mereka jual, ini adalah faktor yang mendorong orang untuk lebih memilih berbelanja online daripada langsung datang ke toko.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berbelanja online shop adalah suatu hal yang menyenangkan karena praktis. Online shop juga menampilkan isi deskripsi sehingga lebih memudahkan kita untuk memilih barang yang diinginkan serta tampilan yang tidak membosankan. Selain itu dalam berbelanja online mereka merasa sangat dimudahkan dalam hal transaksi pembayaran. Pelanggan juga membantu beberapa data tentang suatu produk melalui sumber bisnis, khususnya sumber yang

merupakan wilayah pengiklan. Meski demikian, hal ini sebenarnya perlu ditelaah lebih lanjut, karena bisa jadi berbeda antara satu kasus dengan kasus lainnya. Menilai pilihan adalah tahap berikut yang biasanya dilakukan pelanggan sebelum akhirnya memilih untuk membeli barang dengan merek pilihan dengan keunggulan yang ideal.

Berbelanja melalui online shop sangat mudah dilakukan. Namun salah satu dampak yang dirasakan dari berbelanja online shop adalah menjadi kecanduan untuk membeli produk yang ditawarkan, apalagi ketika terdapat diskon. Saya selalu ingin membeli produk-produk tersebut. Dengan belanja online juga mengakibatkan rasa malas untuk ke pasar secara langsung karena dengan adanya online shop yang bisa diakses kapanpun dan dimana saja bisa membuat saya lebih mudah memilih barang tanpa harus berdesakan di pasar. Oleh karena itu dapat disimpulkan belanja online bisa memberikan dampak negatif terhadap diri sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Adam, A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Keberadaan Bisnis Online. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi*, 06(2), 51–58.
- (Arciniegas Paspuel, O. G., Álvarez Hernández, S. R., Castro Morales, L. G., & Maldonado Gudiño, 2021)
- Diurna, A., No, V. V., Dalam, A., Shop, O., Shop, O., Shop, L. O., Konsumerisme, T., Sma, S., Setiap, M., & Online, L. (2016). *e-journal "Acta Diurna" Volume V. No.3. Tahun 2016*. V(3). (Education & Advice, 2018)
- Fadillah, F., & Anismadiyah, V. (2020). Dampak Pembelian Online Terhadap Omzet Penjualan Busana Wanita Di Blok B Lantai Lg Los Ad Pasar Tanah Abang. *Proceedings ...*, 2(4), 391–400. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3472242>.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 117–128.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.
- <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, 21(1), 1–8.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Online Shopping Di Kota Makassar. *Manajemen, Ide, Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Nur Diana, R. (2016). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Unesa Akibat Adanya Online Shop Jilbab. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 2(4), 677–692.
- Pendidikan, J. P. (2018). Online Shop : Ruang Sosialisasi Diri Dan Eksploitasi. *Penelitian, Pendidikan, Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 1(1), 71–76.
- Rahayu, C. D., M, H. B., Zuhdi, K. N., Perdana, M. I., Aprilia, N. F., Dionchi, P. H. P., & Yuniar, A. D. (2021). Perilaku konsumtif sebagai dampak online shop di kalangan mahasiswa Sosiologi 2019 Universitas Negeri Malang. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5), 542–546. <https://doi.org/10.17977/um063v1i5p542-546>.
- Ricky, R. D. M., Kawung, E., & Goni, S. Y. V. . (2021). Dampak aplikasi belanja online (online shop) di masa pandemi covid-19 terhadap minat belanja masyarakat di kelurahan girian weru ii kecamatan girian kota bitung provinsi sulawesi utara. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/36087>.
- Sitepu, C. F., & Hasyim, H. (2018). PERKEMBANGAN EKONOMI KOPERASI di INDONESIA. *Niagawan*, 7(2), 59–68. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10751>.
- Sugiyanto, C., Handoko, B. S., & Adinusa, I. (2013). Pengaruh Konsentrasi Partai Politik di Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 13(2), 109–124. <https://doi.org/10.21002/jepi.v13i2.27>.