

ABSTRAK

Perilaku konsumen saat ini mulai berubah dari membeli barang dengan melihat atau mencoba secara langsung menjadi membeli produk hanya berdasarkan informasi yang cukup tanpa mencoba produk tersebut. Hal ini merupakan tantangan yang dihadapi JakartaNotebook.com dalam bisnis *online* yaitu bagaimana perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi secara berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap online shopping. Faktor-faktor tersebut adalah *financial risk*, *product risk*, *convenience risk*, *non-delivery risk*, *return policy*, *service & infrastructural variables*, *subjective norms*, *domain specific innovativeness*, dan *online shopping behavior*. Faktor-faktor tersebut akan menjadi acuan dalam penelitian ini.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan JakartaNotebook.com yang tersebar di seluruh Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan teknik non-probabilitas terhadap 52 responden yang tersebar di seluruh Indonesia. Selanjutnya data di analisis dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software smartPLS 2.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *subjective norms* merupakan hal yang berpengaruh dengan niat karena seseorang sering bertindak berdasarkan persepsi mereka mengenai apa yang orang lain pikirkan mereka harus lakukan. Berdasarkan perhitungan tanggapan responden menggunakan metode PLS di dapat hasil *path coefficient* sebesar 0,43 dengan *t-values* 4,1. (2) *financial risk* merupakan resiko terhadap nominal transaksi yang tidak sesuai harapan yang berakibat pada konsumen atau pada penjual. Berdasarkan perhitungan tanggapan responden menggunakan metode PLS di dapat hasil *path coefficient* sebesar -0,22 dengan *t-values* 3,3. (3) *non-delivery risk* merupakan kegagalan pengiriman atau pengantaran produk dari perusahaan ke tangan konsumen. Berdasarkan perhitungan tanggapan responden menggunakan metode PLS di dapat hasil *path coefficient* sebesar -0,15 dengan *t-values* 1,78. (4) *return policy* merupakan penjual atau perusahaan yang menawarkan produk yang memiliki kebijakan atau standard prosedur berjualan via internet yang tidak merugikan konsumen. Berdasarkan perhitungan tanggapan responden menggunakan metode PLS di dapat hasil *path coefficient* sebesar 0,16 dengan *t-values* 1,7.

Berdasarkan penelitian terdapat empat faktor yang signifikan terhadap perilaku konsumen *online shopping*. Saran yang harus dilakukan perusahaan terkait *subjective norms* yaitu perusahaan harus mendorong konsumen untuk mau berbagi pengalaman berbelanja *online* di JakartaNotebook.com, misalnya dengan media testimonial setelah berbelanja. *Financial risk* yaitu perusahaan harus menjamin dan meyakinkan konsumen bahwa sistem transaksi berjalan dengan aman karena perusahaan bekerjasama dengan seluruh bank di Indonesia. *Return policy* yaitu perusahaan sebaiknya tidak menetapkan biaya tambahan pada pengembalian produk. *Non-delivery risk* yaitu perusahaan harus lebih memperhatikan proses pengiriman produk sehingga sampai di tangan konsumen tepat waktu. Maka perusahaan harus memperhatikan ke-empat faktor tersebut agar mendorong konsumen untuk berbelanja di JakartaNotebook.com

Kata kunci: *online shopping behavior*, *financial risk*, *product risk*, *non-delivery risk*, *return policy*, dan *subjective norms*.