

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP JASA BELANJA ONLINE SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
KALIMANTAN MAB BANJARMASIN KALIMANTAN SELATAN)**

Salsha Nabila Irda Luthfi¹, Hairul,², Nurul Hasanah³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi . Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari, Banjarmasin, NIM19310559

²Manajemen, 61201 , Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari, Banjarmasin, NIDN1120078802

³Manajemen, 61202, Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari, Banjarmasin, NIDN061502740
E-mail: salshanabilabr232@gmail.com

ABSTRAK

Salsha Nabila Irda Luthfi, 2023, Persepsi Mahasiswa terhadap Jasa Belanja Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin Kalimantan Selatan), Pembimbing I: Hairul, S.E., M.M., Pembimbing II: Nurul Hasanah S.sos., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin Kalimantan Selatan terhadap Jasa Belanja Online Shopee dan (2) manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin Kalimantan Selatan terhadap Jasa Belanja Online Shopee.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian dilakukan pada 10 orang informan yang menempuh pendidikan di Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin Kalimantan Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan (1) persepsi mahasiswa terhadap Jasa Belanja Online Shopee yaitu baik dan (2) banyak manfaat yang dirasakan saat mahasiswa menggunakan Jasa Belanja Online Shopee karena aplikasi ini sangat membantu di kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Persepsi, Mahasiswa, Jasa Belanja Online Shopee

ABSTRACT

Salsha Nabila Irda Luthfi, 2023, Student Perceptions of Shopee Online Shopping Services (Case Study of Kalimantan Islamic University Students MAB Banjarmasin South Kalimantan), Advisor I: Hairul, S.E., M.M. , Supervisor II: Nurul Hasanah S.sos., MM.

This study aims to test: (1) find out how perceptions are student at the Islamic University of Kalimantan MAB Banjarmasin, South Kalimantan on Shopee Online Shopping

Services and (2) the benefits felt by Kalimantan Islamic University students, MAB Banjarmasin, South Kalimantan for Shopee Online Shopping Services.

The design of this study is a qualitative descriptive study by conducting observations, interviews and documentation. The research was conducted on 10 informants who studied at the Islamic University of Kalimantan MAB Banjarmasin, South Kalimantan.

The results of the study show (1) students' perceptions of Shopee Online Shopping Services are good and (2) there are many benefits felt when students use Shopee Online Shopping Services because this application is very helpful in everyday life.

Keywords : Perception, Student, Shopee, Online Shop

REFERENSI

- Simanjuntak, D. R., Londa, N., & Waleleng, G. (2019). Persepsi Mahasiswa Pada Jasa Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi). *Acta Diurna Komunikasi*, 8(1).
- Dewi, N., & Masrinah, M. (2020). Pengaruh kualitas Pelayanan Online Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Mahasiswa STEBI Tanggamus). *Dinar Islamic Review*, 4(1), 36-46.
- Widyanita, F. A. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII pengguna shopee.
- Magfira, N. (2019). Pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee (Studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Umri, S. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry) (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Rahmah, N. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Online Shop (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Online Shop Shopee) (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Halim, Fitria. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.

Pahleviannuur, Muhammad Rizal. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: Pradina Pustaka.

Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). (2019). Yogyakarta: Deepublish.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Bisnis (18th ed). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset