

STUDI PERILAKU KONSUMEN YANG BERBELANJA KOSMETIK MENGUNAKAN *ONLINE SHOP* DI INDONESIA

Nurul Deniza Alya Rultsani
Manajemen Pemasaran

Indarini
Dudi Anandya

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era saat ini telah mengubah pandangan serta pola pikir dan perilaku konsumen, terutama pada proses jual-beli kosmetik. Adanya *smartphone* yang canggih beserta akses internet membuat para konsumen dengan mudah mengakses informasi mengenai kosmetik hingga membeli kosmetik melalui *online shop* tanpa harus keluar rumah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam terkait perilaku konsumen dalam berbelanja kosmetik secara *online*. Studi perilaku konsumen dilakukan menggunakan metode 5W1H (Apa, Siapa, Kapan, Di mana, Mengapa, dan Bagaimana) dengan melibatkan 101 responden yang telah dikumpulkan dan diolah menggunakan SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang paling sering dibeli oleh konsumen adalah *sunscreen* dan kosmetik dibeli oleh konsumen yang mayoritas berjenis kelamin perempuan, mayoritas berusia 25 tahun dan belum menikah, mayoritas telah lulus Strata 1 (S1), dan mayoritas merupakan karyawan swasta. Konsumen paling sering membeli kosmetik saat kosmetik yang dimiliki sebelumnya telah habis, *platform online shop* yang paling banyak digunakan oleh konsumen untuk membeli kosmetik adalah Shopee, kebanyakan konsumen membeli kosmetik karena kebutuhan pribadi, dan perilaku konsumen yang berbelanja kosmetik menggunakan *online shop* di Indonesia sangat beragam tergantung pada jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan terakhir, dan profesi.

Kata kunci : perilaku konsumen, kosmetik, *online shop*

**A STUDY OF CONSUMER BEHAVIOR WHO SHOPPES FOR COSMETICS
USING ONLINE SHOPS IN INDONESIA**

Nurul Deniza Alya Rultsani
Manajemen Pemasaran

Indarini
Dudi Anandya

ABSTRACT

The development of information and communication technology in the current era has changed the views, mindsets, and behavior of consumers, especially in the process of buying and selling cosmetics. The existence of sophisticated smartphones and internet access makes it easy for consumers to access information about cosmetics and buy cosmetics through online shops without having to leave the house. This study was conducted to find out more about consumer behavior in shopping for cosmetics online. The consumer behavior study was conducted using the 5W1H method (What, Who, When, Where, Why, and How) involving 101 respondents who have been collected and processed using SPSS version 31. The results of the study show that the products most frequently purchased by consumers are sunscreen and cosmetics purchased by consumers who are mostly female, mostly aged 25 years and unmarried, the majority have graduated from Bachelor's degree, and the majority are private employees. Consumers most often buy cosmetics when their previous cosmetics have run out, the online shop platform most used by consumers to buy cosmetics is Shopee, most consumers buy cosmetics for personal needs, and the behavior of consumers who shop for cosmetics using online shops in Indonesia varies greatly depending on gender, age, marital status, last education, and profession.

Keyword : consumer's behaviour, cosmetics, online shop