

TESIS

**FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN DALAM
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU
DI *MARKETPLACE*
(STUDI KASUS DI PT KANISIUS)**



Diajukan Oleh:

David Widyantoro Try Wibowo

NPM: 225026601/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERSETUJUAN TESIS

Nama : David Widyantoro Try Wibowo
Nomor Mahasiswa : 225026601
Konsentrasi : E-Business
Judul Tesis : Faktor-Faktor Perilaku Konsumen dalam Proses
Keputusan Pembelian Buku di *Marketplace*
(Studi Kasus di PT Kanisius)

Nama Pembimbing

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Tanggal

8/24
/6

Tanda Tangan



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : David Widyantoro Try Wibowo
Nomor Mahasiswa : 225026601
Konsentrasi : E-Business
Judul Tesis : Faktor-Faktor Perilaku Konsumen dalam Proses
Keputusan Pembelian Buku di *Marketplace*
(Studi Kasus di PT Kanisius)

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	12/07/2024	
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc.	12/07/2024	
Yonathan Dri H, S.T., M.Eng., Ph.D.	15/07/2024	

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc.

Dekan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Wenefrida Mahestu N. K, SE., M.Sc., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya David Widyantoro Try Wibowo, yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul:

“FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU DI MARKETPLACE (STUDI KASUS DI PT KANISIUS)” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah digunakan untuk mendapatkan gelar pada program studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta ataupun pada program studi lainnya.

Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung dan tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah dinyatakan secara tertulis dalam bentuk daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau keseluruhan dari tesis ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Juni 2024

Yang Menyatakan



David Widyantoro Try Wibowo

INTISARI

Marketplace memainkan peran penting dalam mengubah perilaku konsumen termasuk industri penerbitan buku cetak. Dengan melakukan penjualan buku cetak di *marketplace* memberikan harapan baru industri penerbitan buku cetak untuk mendapatkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor perilaku konsumen dalam proses keputusan pembelian buku cetak di *marketplace*. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam terhadap konsumen atau pelanggan *marketplace* resmi di PT Kanisius. Hasil penelitian menunjukkan interaksi antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian buku terbitan PT Kanisius di *marketplace* resmi PT Kanisius. Branding dan perkembangan teknologi juga membentuk persepsi konsumen atau pelanggan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Faktor Perilaku Konsumen, Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, *Marketplace*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The marketplace plays an important role in changing consumer behavior including the print book publishing industry. By doing print book sales in the marketplace, it gives a new hope to the print books publishing industries to make a profit. This research aims to identify consumer behavior factors in the decision-making process of buying print books on the marketplace. Research uses a qualitative descriptive approach. Data collection using in-depth interviews of consumers or customers of the official marketplace at PT Kanisius. The results of research showed interaction between cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors influence the decision of purchasing publications of PT Kanisius at the official marketplace. Branding and technological developments also shape consumer or customer interference in influencing purchasing decisions.

Keywords: *Consumer behavior factors, cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, marketplace, purchase decisions.*

SURAT PERNYATAAN BIMBINGAN TESIS

Saya Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY sedang menempuh mata kuliah Seminar Proposal & Tesis dengan data sebagai berikut:

Nama : David Widyantoro Try Wibowo

NPM : 225026601

Prodi : Magister Manajemen

Konsentrasi Tesis : E-Business

Dosen Pembimbing: Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

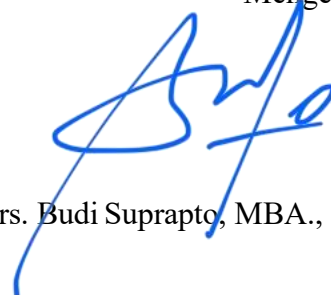
Dan telah melakukan bimbingan Tesis pada tanggal sebagai berikut:

Bimbingan ke	Tanggal	Materi Pembahasan
1	13 Maret 2024	Mengumpulkan draf Bab 1, 2, dan 3, setelah pada semester sebelumnya ada perubahan judul dan konsep penelitian.
2	18 Maret 2024	Mereview hasil draf Bab 1, 2, dan 3, cek daftar pertanyaan wawancara terstruktur, selanjutnya diminta untuk membuat ppt.
3	20 Maret 2024	Mengumpulkan ppt.
4	21 Maret 2024	Mereview ppt, ada perbaikan untuk bentuk tampilan dengan menyederhanakan tulisan yang banyak ke dalam bentuk gambar, chart,

		sejenisnya.
5	26 Maret 2024	Mengumpulkan ppt yang sudah diperbaiki.
6	1 April 2024	Acc untuk mendaftar seminar proposal.
7	5 Juni 2024	Mengumpulkan revisi Bab 1, 2, dan 3; sekaligus bab 4 dan 5.
8	6 Juni 2024	Mengumpulkan draf lengkap Tesis.
9	7 Juni 2024	Acc untuk mendaftar tesis

Yogyakarta, 7 Juni 2024

Mengetahui,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan kasih dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU DI *MARKETPLACE* (STUDI KASUS DI PT KANISIUS)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D., dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan dorongannya yang tiada henti selama proses penyelesaian tesis ini.
2. Istri tercinta Theresia Devi Cahyanti dan anak-anak yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi (Teresa Danetta Cahaya Widyantari, Ignatius Delta Axelle Cahyadi, dan malaikat kecil pendoa bagi kami Dewananda).
3. Keluarga besar Yoseph Siyono dan Oktavianus Marsono atas doa dan dukungannya.
4. PT Kanisius, tempat penulis berkarya, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh kepada penulis untuk melanjutkan studi pada program Magister Manajemen ini.
5. Keluarga besar Departemen Perdagangan dan Bagian Penjualan Personal (Bu Ayun, Dek Putri, Dek Sigit, dan Dek Yohana).
6. Para partisipan atau informan dalam penelitian saya, terima kasih atas informasi yang disampaikan sehingga dapat membantu penyelesaian penelitian ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas doa, dukungan, dan bantuannya selama proses penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan tesis ini di masa depan.

Semoga tesis ini bermanfaat secara keilmuan, khususnya dalam bidang manajemen, dan secara langsung membantu pertumbuhan industri perbukuan, khususnya di PT Kanisius.

“Kapal kita akan tampak indah ketika bersandar di dermaga, tapi Kapal kita dibuat bukan untuk sekedar dilihat indah, tapi juga hebat. Hebatnya Kapal kita bukan ketika bersandar di dermaga, hebatnya Kapal kita justru ketika mampu mengarungi derasnya ombak lautan”

Yogyakarta, 20 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
INTISARI.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
SURAT PERNYATAAN BIMBINGAN TESIS.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Faktor Perilaku Konsumen.....	8
2.2.1 Faktor Budaya.....	8
2.2.2 Faktor Sosial.....	9
2.2.3 Faktor Pribadi.....	10
2.2.4 Faktor Psikologis.....	11

2.3 Model Perilaku Konsumen.....	12
2.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	13
2.5 Model Keputusan Pembelian <i>Marketplace</i>	15
2.6 Penelitian Sebelumnya.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Pendekatan Penelitian.....	19
3.2 Lingkup Penelitian.....	19
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	19
3.2.2 Objek Penelitian.....	20
3.3 Metode Kualitatif.....	22
3.3.1 Sumber Data.....	22
3.3.2 Pengumpulan Data.....	22
3.3.3 Analisis Data Kualitatif.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Tentang PT Kanisius.....	28
4.1.1 Struktur Organisasi.....	31
4.1.2 Marketplace Resmi PT Kanisius.....	32
4.2 Hasil Penelitian.....	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Implikasi Manajerial.....	114
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	117
Lampiran.....	120
Transkrip atau Verbatim Wawancara.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Protokol Wawancara.....	23
Tabel 4.1 Tabel Informan.....	34
Tabel 4.2 Tabel Koding Per Partisipan.....	36
Tabel 4.3 Tabel Pengelompokan Koding 1.....	80
Tabel 4.4 Tabel Pengelompokan Koding 2 (Pengenalan Kebutuhan).....	87
Tabel 4.5 Tabel Pengelompokan Koding 2 (Pencarian Informasi).....	92
Tabel 4.6 Tabel Pengelompokan Koding 2 (Evaluasi Alternatif).....	99
Tabel 4.7 Tabel Pengelompokan Koding 2 (Keputusan Pembelian).....	106
Tabel 4.8 Tabel Pengelompokan Koding 2 (Evaluasi Paska Pembelian).....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 3.1 Alur Pengelolaan Data Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	31
Gambar 4.2 Tampilan Depan <i>Marketplace</i> Resmi PT Kanisius.....	33
Gambar 5.1 Model Perilaku Konsumen Pembelian Buku di <i>Marketplace</i>	113