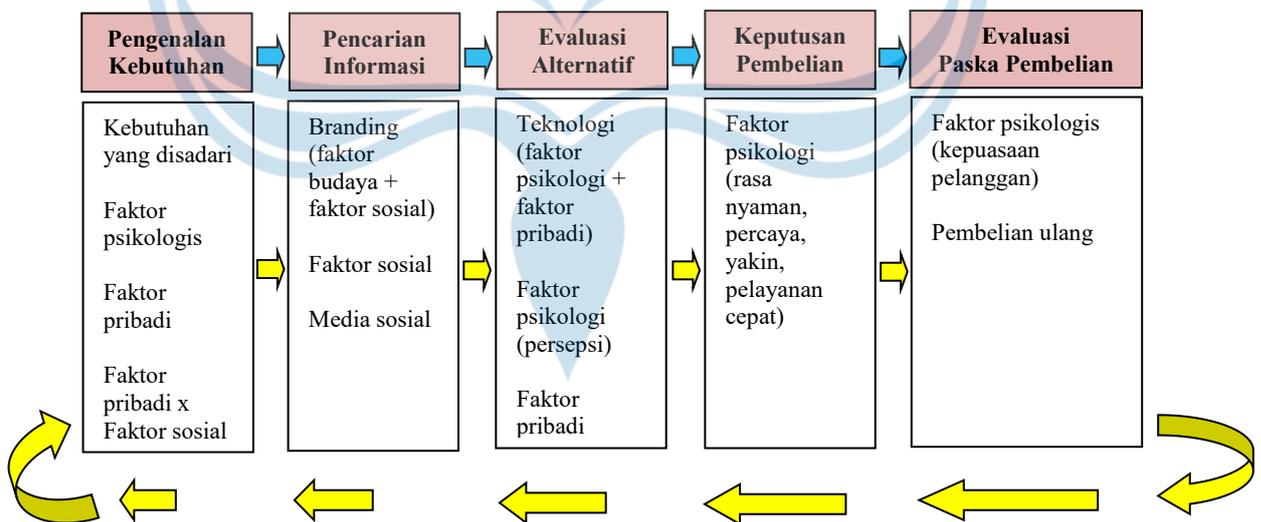


BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor perilaku konsumen seperti faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berperan dalam keputusan pembelian buku cetak terbitan PT Kanisius di *marketplace* resmi yang dikelola oleh perusahaan tersebut. Faktor perilaku konsumen ini dapat berdiri sendiri maupun saling berkaitan satu faktor dengan faktor yang lain. Selain itu, faktor-faktor perilaku konsumen yang berinteraksi atau berkaitan ini juga membentuk branding dan persepsi terhadap perkembangan teknologi yang juga mempengaruhi keputusan pembelian buku cetak terbitan PT Kanisius di *marketplace* resminya.



Gambar 5.1
Model Perilaku Konsumen Pembelian Buku Cetak Terbitan PT Kanisius di Marketplace Resmi Perusahaan

5.2 Implikasi Manajerial

Dari evaluasi penelitian yang dilakukan, penulis menerangkan implikasi manajerial sebagai berikut:

1. Penting untuk mengumpulkan dan melakukan pembaharuan *database* yang dapat memberikan gambaran konsumen PT Kanisius. Hal ini dilakukan untuk melakukan pemetaan mendalam tentang karakteristik konsumen dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli buku terbitan PT Kanisius di *marketplace* resmi perusahaan. Seperti faktor peran, maka perlu dikumpulkan peran atau profesi apa yang menjadi gambaran pelanggan PT Kanisius, sehingga PT Kanisius dapat membuat berbagai rencana dalam menyiapkan produk dan mempromosikan produk.
2. PT Kanisius dapat mempertahankan dan meningkatkan brand melalui kampanye branding yang menekankan sejarah dan reputasi penerbit, seperti penggunaan testimonial dan cerita positif dari pelanggan yang dapat membangun kepercayaan. Hal ini dilakukan agar branding PT Kanisius dapat semakin melekat, dan mampu memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu penting untuk selalu memastikan aktivitas dan komunikasi perusahaan sejalan dengan visi misi PT Kanisius.
3. Pengelolaan media sosial terutama untuk menunjang keberhasilan penjualan di *marketplace*, seperti strategi konten yang terencana, interaksi dan *engagement* dengan pelanggan, analisis dan pemantuan kinerja dengan penggunaan teknologi atau alat manajemen, konten *user-generated* dan

testimoni. Pengelolaan media sosial yang baik akan membantu mempercepat penyebaran informasi karena hampir sebagian pembeli menjadi media sosial sebagai gerbang awal untuk melakukan pembelian di *marketplace*.

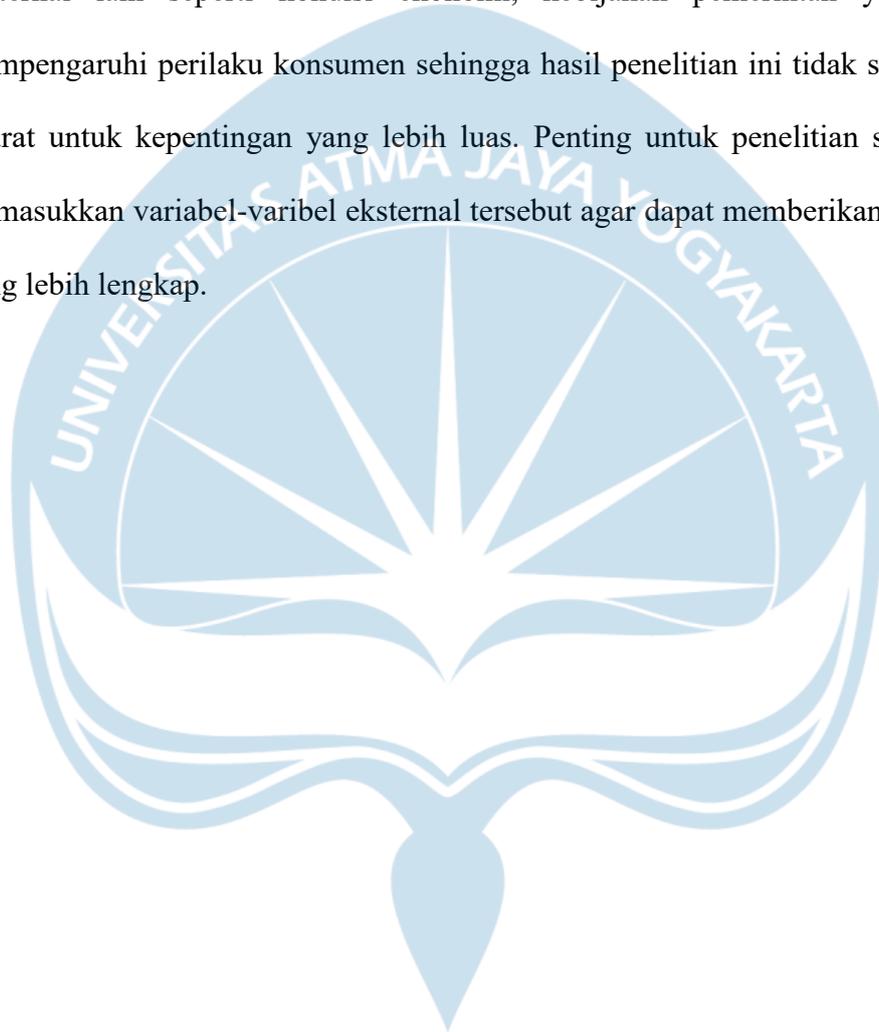
4. PT Kanisius perlu meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui *marketplace* dengan merespon ulasan dan permintaan konsumen secara proaktif dan mendorong pelanggan untuk memberikan ulasan positif. Hal ini dilakukan untuk memanfaatkan pengaruh faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi pelanggan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. PT Kanisius perlu mempertahankan dan meningkatkan program pemasaran berbasis komunitas seperti *book club* (*Kanisius Reading Community*), acara literasi, dan program referral untuk memanfaatkan pengaruh sosial. Branding yang kuat perlu dirawat dengan memperhatikan komunitas-komunitas yang dibentuk oleh PT Kanisius. Hal ini bermanfaat untuk meningkatkan pengaruh faktor sosial dalam perilaku konsumen dalam keputusan pembelian buku cetak di PT Kanisius.

5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sampel terbatas pada pelanggan PT Kanisius yang membeli di *marketplace* resmi PT Kanisius, hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan untuk konsumen atau pembeli buku cetak terbitan PT Kanisius di *marketplace* dengan akun yang berbeda. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan penelitian komparatif pada berbagai akun di

marketplace agar dapat diketahui konsistensi antar akun atau ada pandangan yang berbeda secara signifikan yang perlu diperhatikan.

Penelitian ini tidak secara mendalam memperhitungkan faktor-faktor eksternal lain seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen sehingga hasil penelitian ini tidak sepenuhnya akurat untuk kepentingan yang lebih luas. Penting untuk penelitian selanjutnya memasukkan variabel-variabel eksternal tersebut agar dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap.



DAFTAR PUSTAKA

- Apjii.or.id. (2024, 7 Februari). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diakses pada 14 Februari 2024, dari [Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia \(apjii.or.id\)](http://asosiasi.org)
- Basuni, M., Setiadi, R., Fitalisma, G., & Ikhwan, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shoppe. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 10-18.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Guion, L., Diehl, D., & McDonald, D. (2011). Conducting an In-depth Interview. EDIS, 2011. <https://doi.org/10.32473/edis-fy393-2011>
- Guren, C., McIlroy, T., & Sieck, S. (2021). COVID-19 and Book Publishing: Impacts and Insights for 2021. *Publishing Research Quarterly*, 37(1), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s12109-021-09791-z>
- Ikapi.org. (2023, 24 Mei). Masa Depan Buku di Indonesia, Adaptasi Digitalisasi dan Tantangan Pembajakan. Diakses pada 14 Februari 2024, dari [Arsip IKAPI](http://arsip.ikapi.org)
- Indra Kusuma Nugraha, G., Rizki Firdaus, M., & Mahatma Ratri, A. (2023). Jurnal Bisnis dan Manajemen Eksistensi Industri Percetakan dan Penerbitan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Prespektif. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 79–86. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/10520>
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secaraonline (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 164-176.
- Leonov, Y., Nakonechnyi, O., Khalimanenko, V., Nikolaiko, H., & Heraimovych, V. (2023). Analysis of the Influence of Psychological Factors on Consumer Behavior and the Decision-making Process. *Economic Affairs (New Delhi)*, 68(3), 1643–1651. <https://doi.org/10.46852/0424-2513.3.2023.29>
- Rasmikayati, E., Mukti, G. W., & Saefudin, B. R. (2023). Hubungan Antara Perilaku Konsumen Dan Keputusannya Dalam Membeli Sayur dan Buah di Ritel Online. *Jurnal Pertanian Agros*; Vol 25, No 1. <http://e-journal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/2392>
- Renz, S. M., Carrington, J. M., & Badger, T. A. (2018). Two Strategies for Qualitative Content Analysis: An Intramethod Approach to Triangulation.

- Qual Health Res, Epub 2018 Feb 9.*, 28(5), 824-831.
<https://doi.org/10.1177/1049732317753586>.
- Sarosa. S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. PT Kanisius.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Students* (7th ed.). Harlow: FT Prentice Hall
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. (3rd ed.). Alfabeta.
- Tim Buku Persembahan 100 tahun. (2022). *Kesetiaan Kreatif: Refleksi Perjalanan 100 Tahun Karya Penerbit Percetakan Kanisius*. Yogyakarta. PT Kanisius.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Person.
- Mandira, I. M. C., Gede, I. D., & Dharma, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Item Virtual Pada Game Online Valorant. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 14(1), 74–82.
- Nasution, A. E., & Putri, L. P. (2019). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 287(2), 491–497.
<https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.73>
- Rachdian, M., Azis, A., Studi, P., Komunikasi, I., & Strata, S. (2021). Tantangan Industri Penerbitan Buku Di Indonesia Sebagai Bagian Dari Industri Kreatif Dalam Mengarungi Era Digitalisasi Dan Pandemi Covid 19 Book Publishing Industry Challenges in Indonesia As Part of the Creative Industries in the Era of Digitalization an. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 6(3), 236–256.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2239560>
- Rao, Y. V. S. (2021). Building Blocks of Life in Meteorites May Lead To Panspermia Origin of Life. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 9(11), 235–251.
<https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i11.2021.4386>
- Sulistyo, A., Sumarwan, U., & Aminah, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Buku pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 474. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.5252>
- Supriadi, A. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan. *Alqalam*, 22(1), 127. <https://doi.org/10.32678/alqalam.v22i1.1441>
- Tapada, V., Massie, J., Tielung, M., Jacklyn Tapada, V., D Massie, J. D., J Tielung, M. V, Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Online (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado) the Effect of Social Media Use and Consumer Behavior on Online Goods Purchase Decisions (Study on Manado Bag Store Con. *1222 Jurnal EMBA*, 11(4), 1222–1232.
- Taylor, S.J.,B.R.,&D.M. (2015). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource* (4th edition). Jhon Wiley & Sons, Inc.
<https://bookshelf.vitalsource.com/reader/books/9781118767290/epubcfi/6/8>

Yang, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Layanan GoFood di Surabaya. Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER); Vol. 7 No. 1.

<https://ojs.widyakartika.ac.id/index.php/sniter/article/view/569>

Yogatama, A. D. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian VP (Valorant Point) Dalam Game Online Valorant di Surabaya. Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER); Vol. 7 No. 1.

<https://ojs.widyakartika.ac.id/index.php/sniter/article/view/568>



LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA

1. Transkrip Wawancara Informan 1 (P1)

Oke Romo seperti yang sudah saya kirimkan kemarin prolog dan protokol wawancara itu...penelitian saya ini kan ingin melihat apay a...eee ingin menggali faktor-faktor yang mempengaruhi proses Keputusan pembelian produk buku terbitan PT Kanisius di marketplace...karena studi saya kan MM dibidang e-bussines dan e-bussines Kanisius kan sedang banyak diperhatikan karena sebagai salah satu jalur marketing eee yang paling mungkin dpt menyesuaikan di era digital ini, apalagi penjualan buku di marketplace inikan juga mengalami peningkatan cukup baik, saya pengen lihat faktor apa sih yang ada disana, berdasarkan teorinya ada 4 faktor, faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi nah saya mau focus ke 4 faktor itu dalam proses apa eeee pengambilan Keputusan pembelian, ada beberapa customer yang saya pilih, kebetulan dari data marketplace kami Romo dodo pernah membeli buku kanisius di marketplace kami, terkahir itu bulan kapan ya Romo membeli buku kami di marketplace?

Terkahir itu iniii ibadat arwah buat misa arwah itu kalau beli yg di marketplace bulan kemarin kl ga salah

Aaaa iya betul...waaa ini gampang ini dihubungi karena kan juga sekarang susah mengkontak customer marketplace karena sekarang kami tidak dapat melihat kontak customer, satu-stunya cara ya chat Cuma kan bukan jalur ya cepat yak arena tidak semua customer membuka marketplace setiap hari. Maka saya kabari Romo dan kebetulan terima kasih Romo bersedia. Oke Romo kalau tidak salah Romo belanja buku kanisius di marketplace tidak hanya sekali ya Romo?

Iya benar lebih dari sekali

Oke kita langsung saja saya ingin mendengar cerita Romo, jadi nanti Romo cerita saja apapun yang romo alami dicereritakn sedetail-detailnya karena dalam penelitian kualitatif ini tidak ada jawaban yang salah atau benar, semakin diceritakan denga apa adanya semakin data itu dapat memberikan data yang tepat. Baik kita mulai dengan pertanyaan tentang faktor budaya..

Eee oke

Untuk faktor budaya apakah perlu saya sampaikan definisinya Romo?

Eeee boleh juga

Oke jadi faktor budaya.....(copy proposal) begitu romo tentang faktor budaya, dari sini apakah sdh dapat gambaran?atau ada yang ingin ditanyakan?

Oke oke dapat...eeee kalau soal budaya ya mungkin gini....eeee kl gini harus resmi ga jawabnya?

Eeeee pakai bahasa apapun boleh Romo, nanti saya akan menyesuaikan

Eee oke...kl gue ya vid pertimbangan pertimbangan untuk membeli buku, soal budaya kalau langsung menyebut budaya gitu sebenarnya ga juga ya, karena ketika gua melihat atau mencari buku, gua melihat eeeee gua butuh buku yang seperti apa, naaahhh baru setelah itu budaya nya masuk....contoh misal gua kemarin beli buku ibadat arwah, buku ibadat arwah itu kan ada beberapa versi ibadat arwah, peringatan arwah, gua memilih buku terbitan kanisius yang itu dibuat oleh keuskupan agung semarang, karena sekarang konteks nya gua tinggal di keuskupan agung semarang gitu dan kurang lebih gue dapat gambaran buku itu sesuai dengan yang gue butuhkan dan buku ini prkatis sesuai, ada banyak buku serupa tapi gua melihat itu tidak sesuai kebutuhan disini. Jadi itu, faktor budaya dan nilai budaya itu gua harus jujur kalau itu bukan faktor utama tapi bagian dari kebutuhan. Jadi gua liat kebutuhan nah baru gua liat, aaaa gua tinggal di budaya yang spt ini dan buku ini menjawab kebutuhan itu.

Eee oke berarti budayanya dilihat dari situ, eeee jadi misalnya Romo pindah ke keuskupan lain ada kemungkinan romo dengan buku yang sejenis akan melihat konteks Dimana romo berkarya.

Ya betul, kecuali buku ini bisa diterapkan ditempat lain ya gua akan tetap pake itu. Jadi gua liat konteksnya kalau beda gua cari di kanisius kalau ada, kalau ga ada ya cari di toko lain.

Lalu kaitannya dengan larinya beli di marketplace bagaimana Romo? kaitannya faktor budaya dengan memilih membeli di marketplace?

Kalau kaitannya dengan marketplace, gini dulu pertama gue melihatnya gini...eeeeee gua melihatnya begini kenapa memilih marketplace yang ada kanisiusnya gt, pertama gue melihatnya karena alasan praktis ya walaupun disini ada terbitan kanisius yang dijual di Gramedia dan di semarang kan Gramedia juga ada itu, tapi memang kepraktisan itu emang lumayan memainkan porsi penting jadi gua cari di marketplace nya itu cari bukunya dulu cari di marketplace, nah ketemu itu bukunya dijual dimarketplacena kanisius nah udah lgs aja gue beli disitu, ga beli ditoko lain meskipun itu buku terbitan kanisius. Berapa besar faktor budayanya memainkan peran disitu...eeeeee apay a, kalau gue boleh mengkerucutkan gue boleh mengistilahkan budaya apa itu budaya instan kah praktis kah, gue itu jadi itu alasan utamanya, bahwa sekarang teknologi berkembang, kita hidup serba praktis semua bisa dilakukan di hape nah budaya spt itu yg gue maksud.

Oke berarti ini sudah menjawab untuk pertanyaan...1 2 (13.07)

Mmmm lanjut saja Romo kita faktor sosial ya

Oke

Tadi Romo sudah menjelaskan banyak lalu kita ke faktor sosial, saya bacakan dulu definisinya adalah kelompok dan jaringan sosial.....

Pertanyaannya eee bagaimana interaksi sosial termasuk rekomendasi teman atau keluarga mempengaruhi keputusan pembelian

Eee oke...eeee untuk menjawab pertanyaan ini gue harus eeee bilang seperti ini dulu kl gue beli buku yang dijual kanisius eee buku yang diterbitkan kanisius itu biasanya gue udah tau dulu buku apa yang gue butuhkan. Jadi sama kayak tadi

soal marketplace itu gue udah tau dulu nih buku yang gue butuhkan, jadi kl soal rekomendasi...eeee rekomendasi dari orang lain itu harus gue akui itu minim, jadi kalau ada yang bilang ini Romo beli buku terbitan Kanisius ky gitu minim, jadi gue udah tau dulu kebutuhan gue apa biasanya cari di internet gue baca ah ini bagus ini bukunya, jadi gue cari buku ini di kanisius ada ga ya, aa di Kanisius ada trs gue beli. Tapi eee gue juga bisa bilang begini, gue gabung di sebuah komunitas eeee lumayan apa ya...gini gue koleksi buku terbitan kanisius itu lumayan banyak ya, nah gue koleksi itu gue dapat seperti yang lu cerita itu vid, jadi gue dapat buku itu karena gue terlibat dalam beberapa komunitas, misal buku inspirasi batin buku renungan setahun itu, gue tinggal sekarang di gedangan, begitu gue datang di awal tahun buku itu sudah ada itu. Atau gabung dengan kelompok ignatian gitu “Romo, ini ada buku kami belikan ya, oiya oke...nah ternyata itu buku terbitan Kanisius gitu” nah itu gue ga tau apakah ini mempengaruhi atau tidak secara langsung atau bagaimana, atau gue tergabung dalam komunitas Serikat Jesus ya buku-bukunya terbitan Kanisius gt, gitu...

Tapi menarik Romo, tadi Romo mengatakan mendapat referesnsi dari internet, nah apakah media sosial atau apapun yang terkait dengan internet itu mempengaruhi Romo dalam keputusan pembelian buku PT Kanisius di marketplace resmi?

Mmmm menurut gue sih itu...eee kl diprosentase ya...ada 80% lah media sosial mempengaruhi atau internet mempengaruhi, ya kl gue bayangkan internet itu gue googling gitu berpengaruh...eeee gue mulai dari internet dulu misal gue lagi menulis sebuah topik lalu gue cari topik ini di internet gue search dl pake bahasa indonesia, terus muncul tuh buku Kanisius, nah itu bisa mempengaruhi beli, terus liat dong isinya apa nah bisa nih nanti kl ada duit bisa nih nanti beli gitu misalnya begitu...kalau media sosial sendiri kalau ky IG apa FB gt.eeeee itu akan mempengaruhi gue kalau misalnya buku itu gencar dibaca oleh orang lain gitu, misalnya di IG nya kelompok Ignasian IRP, misalnya ada yg sharing lg baca buku ini nih buku terbitan Kanisius ada dalam film atau video muncul orang dengan buku dan judulnya terbitan Kanisius gitu buat gue itu secara visual itu mempengaruhi juga buat pengen beli, tapi sekali lagi gue selalu mengkaitkan dengan kebutuhan, kebutuhan dan minat juga dalam memutuskan membeli...ya melihat wah kayaknya banyak juga nih yang beli jadi penasaran juga pengen beli nahhh itu kemungkinan bakal beli juga atau misal nanti ada duit gue mau beli....nah kl media sosial itu apa ya gue harus mengakui bahwa underexposurenya itu memang mempengaruhi gitu, sebenarnya bisa juga itu dilakukan oleh Kanisius dalam pemasarannya.

Semakin banyak merepress iklan di media sosial membuat orang jadi kepikiran.

Hmmm heeh bener itu kayak misal ada pembeli boleh ga foto sama produknya terus diposting-posting gitu ..

Emmm itu bisa mempengaruhi ya mo, baik Romo eeeee selanjutnya apakah ada trend ada gaya hidup tertentu dari lingkungan sosial Romo yang

mempengaruhi keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi?

Hmmmm trend dan gaya hidup....eeee gini kl hubungannya sama komunitas, ketika berada di kelompok Ignasian itu kan biar gue bisa memperkaya pengetahuan tentang ignasian biar gue juga berbagi tentang ignasian maka ada pengaruhnya mencari buku yang kaitannya dengan Ignasian itu.

Selanjutnya bagaimana persepsi Romo terhadap ulasan buku yang ada di marketplace apakah itu mempengaruhi keputusan pembelian?

Mmmm kalau ulasan dari penerbit atau penjualnya sendiri gue ga terlalu berpengaruh gue harus jujur itu, gue cenderung lebih terpengaruh ketika orang lain yang ngulas itu ya apalagi kl dia ngulasnya jujur bukan karena dibayar Kanisius jadi ngulasnya baik-baik aja dan gue apreasiasi gt dan akan cenderung lebih terpengaruh karena itu. Sebagai pembanding ada salah satu penerbit buku gitu kan ya yang ada di Jakarta yang mirip Kanisius itu ya lu tau lah penerbit apa, ya sebut aja ****, **** itu yang bantu pemasaran kan gue kenal orangnya, nah itu gue diceritain duluan dan itu ga bikin gue beli buku itu, nah gue tertarik kl orang lain yang ngulas.

Jadi memang ulasan dari orang lain itu memang punya andil besar ya dalam Romo mempersepsikan produk,

Baik Romo, apakah yg Romo alami saat ini apakah ada promosi atau kampanye sosial yang dilakukan oleh Kanisius yang itu mempengaruhi Romo dalam membeli buku terbitan Kanisius di marketplace Kanisius?

Kalau selama ini mmmm kayak itu misal kanisius mengundang siapa gitu untuk bedah buku itu eee cukup mempengaruhi minimal gue ngeliat itu di youtube gitu karena ga bisa ikut langsung atau IG nya Kanisius menurut gue juga buat gue itu sebagai pembeli memanjakan mata ya atau dengan kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan penjualan produk Kanisius...ya itu sih menurut gue...Kalau harapan gini, kan sejauh gue liat Kanisius ini kebanyakan materi promosinya kan kebanyakan buku rohani gereja liturgi teologi gitu lah nah apakah mungkin hal itu bisa dicoba untuk buku jenis yang lain kayak misalnya buku cerita anak eeebisa di eeeee bisa di apa ya, ada kelompok literasi gitu kan ya, apa kelompok apa itu...

Eeee kelompok literasi waktu itu ada Romo, sahabat literasi, kebetulan saya PIC dengan salah satu rekan yang saat ini sdh pensiun juga, tapi karena program itu tidak dilanjutkan ya maka sekarang tidak ada program itu.

Iya ya ...ya siapa itu bisa mungkin dengan kemasan yang berbeda, misal ngumpulin orang² yang suka baca terus di up ke media sosial, atau pas acara Kanisius bareng anak-anak, pake alat peraga gitu, menurut gue itu peluang ya buat kampanye sosial.

Eeeee definisi faktor pribadi.....

Bagaimana faktor tingkat pendidikan atau profesi mempengaruhi Romo dalam membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace?

Mmmm oke makasih vid, eeee paling jelas itu profesi dalam hal ini sbg Romo yg mempengaruhi keputusan untuk membeli buku Kanisius terutama karena eee gue sendiri masih melihat brandingnya kanisius itu sebagai eeee penerbit dan penjual

buku yang ada kaitannya dengan gereja, intinya kalau mau beli buku rohani, spiritualitas, terus apa ya yaaa yang ada hubungannya dengan gereja gue ga akan ke gramedia gue akan ke kanisius ya gitu jadi profesi terutam mempengaruhi, apakah tingkat pendidikan juga? eeee tingkat pendidikan mungkin eeee tidak ya rasa-rasanya tidak terlalu berpengaruh lebih ke profesi termasuk misalnya gini... eeee kalau soal tingkat pendidikan tidak berpengaruh tapi kalau disandingkan dengan faktor lain misalnya ky gue kuliah di kentungan nih gue kuliah S2 nah gue bukan karena ah gue S2 gue harus punya buku ini nih, bukan tapi lebih karena ada kebutuhan disana, dosennya minta nah ky gitu nah kl gue faktor tingkat pendidikan itu harus disandingkan dengan faktor lain. Atau eeee ntar gue inget-inget dl apa ya pernah gue beli mmmm buku anak-anak gitu tp ga lewat marketplace gue langsung ke Takom waktu di jogja, nah gue beli itu karena buat ngajar PIA, nah lagi-lagi bukan faktor pendidikan ya gue melihat ini lebih ke profesi, gue butuh bahan ajar dan gue liat buku anak Kanisius gambarnya juga bagus-bagus.

Lalu minat dan hobi apakah mempengaruhi Romo?

Kalau boleh jujur minat dan hobi ga....lagi lagi lebih karena branding, buat gue branding kanisius itu lebih lekat soal gereja, eee spriritualitas kerohanian kayak gitu-gitulah, sehingga gue tidak terlalu tertarik beli buku manajemen di Kanisius walaupun di Kanisius ada buku tentang manajemen, terakhir gue beli buku kanisius yang di luar keagamaan itu ya waktu gue sekolah atau kuliah itu, buku pelajaran agama, filsafat gitu itu untuk menunjang kuliah gitu jadi bukan gue hobi atau minat. Jadi misal karena gue pengen buku manajemen gitu ya gue cari ke gramedia atau kalau cari buku bahasa inggris ya gue carinya ke periplus gitu walaupun di kanisius jual buku yang sama. Mungkin gue bisa berubah pemikiran tergantung brandingnya Kanisius, tp kl cari buku kerohanian agama ya gue pasti pilih Kanisius.

Terkait dengan critical life event dari lahir sampai masa tua orang, apakah itu mempengaruhi pandangan Romo dalam membeli produk terbitan Kanisius di marketplace?

Nah kl ini sama kayak tadi buat gue harus dikaitkan dengan faktor lain, faktor lainnya poertam kl dalam konteks gue berarti profesi, nah ini baru bisa nyambung kalau sebagai yang terpisah gitu ga ya cenderung ga jadi kalau eeee tapi itu kan subjektif ya lagi-lagi ya jadi kalau misa peristiwa pernikahan itu ada hubungan dengan misa atau membantu itu melakukan penyelidikan kanonik nah itu pasti gue beli tp ya harus disandingkan dengan profesi, begitu pula dengan lahiran atau ada orang yang tanya-tanya terus jadi ini bukan faktor yang terpisah.

Baik lalu ee selanjutnya langsung ke faktor psikologi Romo.....definisi.....

Apa yang memotivasi ROMo memilih buku terbitan Kanisius di marketplcae

Eeee oke kalau motivasi eee ini lagi masih kayak tadi hubungannya sama ke profesi jadi pertimbangan pertama, apalagi gue pribadi ga terlalu minat dibidang rohani ya, pengembangan rohani probadi lebih ke panggilan tapi ini kan beda ya, gue beli buku itu karena gue itu ROMo dan gue Jesuit. Lalu kedua soal branding

itu yang jadi motivasi, buat gue kanisius brandingnya kuat soal kerohanian, soal gue ke takom atau marketplace gue lebih liat ke soal kondisi gue lagi pengen pergi sekalian jalanm ke takom ya ke takom tp kalau lagi ga bisa dan pengen praktis ya gue milih di markeptlace. Kalau marketplace itu sebenarnya lebih soal kepraktisan gitu sih.

Lalu selanjutnya sejauh aman Romo merasakan relevansi dan kebutuhan dan keinginan

Soal profesi dan panggilan itu gue merasakan relevan banget, buat gue branding masih kuat pilihan buku masih banyak, pengaruhnya bisa 90U% bakal ke Kanisius...

Berarti menurut Romo memang branding Kanisius itu kuat di soal agama Selanjutnya bagaimana emosi memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan membeli buku terbitan Kanisius di marketplace

Eeee mungkin bisa 80% ya dalam hal ini soal kenyamanan praktis kalau rasa senang ga terlalu berpengaruh ya karena di marketplace dimana mana yang kelihatan mmmm ky nya desainnya gitu-gitu aja...jd buat gue pengalamn kepraktisan gitu aja, buka aplikasi ikutin proses buku datang...

Atau ada pengalaman dengan admin kami gitu ada rasa pelayanan yang cepat atau bagaimana

Nah kalau gue pribadi ga

Bagaimana persepsi romo terhadap kebahagiaan dan kepuasan Romo setelah membeli buku di marketplace?

Kalau ditanya kepuasan dan kebahagiaan lebih ke kepuasan ya, artinya kalau lagi dipersen 80-100% karena betul dari marketplace tetap dapat buku asli dan bukunya yang datang itu kualitas oke bukan karena di marketplace datang yang lemnya kurang lekat jilid kurang oke, sesuai dengan yang dicari tingkat kepuasan tinggi. Jadi mendukung ya toped dan shopee kanisius jadi gue pilih dulu marketplace tidak ke website meskipun website juga ada kan kanisius.

Lalu yang terakhir romo apakah ada elemen nostalgia dengan produk Kanisius yang mempengaruhi Romo untuk membeli produk terbitan Kanisius di marketplace?

Mmmmmm kalau ini.....secara spesifik ga, secara produk buku tok ga, tp kalau secara keseluruhan Kanisius iya contoh sederhana Kalender kanisius, kl dibilang tampilan kalender kanisius itu kan hampir ga pernah berubah ya tp buat gue pribadi justru membangun hubungan emosional ya, gue pribadi kl desain itu berubah gue merasa aneh, jadi itu gas spesifik buku, katakanlah itu secara keseluruhan.

Nah ROMo di marketplace itu kan banyak promo, itu mempengaruhi ga?

Mmmm 60-70% ya kecil...promo itu ga terlalu berpengaruh karena mau promo atau ga kl gue butuh ya gue beli tanpa melihat promo. Tapi kl dapat promo ya senang juga, jadi pendorong motivasi lebih besar.

Romo saya mau tanya tentang pandangan Romo terhadap buku cetak dan buku digital, sebagai konsumen Romo lebih memilih yang mana dan apa alasannya?

Gue cenderungnya ke buku cetak, Vid. Gue termasuk pembaca tradisional yg merasa kalo beli buku berarti bukunya harus ada fisiknya, Kalo cuma nyari buku digital, jatohnya malah tergoda nyari yg bajakan. Makenya cuma sementara. Selese dipake ya dihapus, Bukan buat koleksi, Kalo koleksi, buat gue harus ada fisiknya

2. Transkrip Wawancara Informan 2 (P2)

Mas David,

Saya coba jawab pertanyaan-pertanyaan di survey ini melalui penjelasan singkat tentang apa yang menjadi alasan saya dalam membeli buku.

Saya bekerja di bidang pendidikan anak-anak usia dini. Saya pernah menjadi guru di sekolah, tetapi sekarang saya bekerja sebagai koordinator tempat pendampingan anak (daycare) usia dini.

Walaupun bukan sekolah, di daycare kami tetap memberikan input dan pengetahuan untuk anak-anak yang sekiranya dapat membantu mereka berkembang sesuai umurnya.

Buku adalah salah satu sarana yang kami gunakan di daycare untuk memberikan input dan pengetahuan. Kami memberikan pilihan-pilihan buku yang isinya baik dan mudah untuk dipahami oleh anak-anak usia dini. Kami memilihkan buku-buku yang disesuaikan dengan kegiatan tematik yang kami siapkan tiap bulannya. Beberapa bulan yang lalu ada tema tentang keluarga (hubungan antar anggota keluarga) dan teman (hubungan dengan anak-anak sebaya selain anggota keluarga). Ada juga tema yang memberikan pemahaman tentang perbedaan budaya di sekitar mereka.

Bagaimana faktor budaya berperan dalam keputusan ibu membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi kami?

Tentu semua ini berawal dari tugas saya sebagai koordinator di daycare ini. Kemudian dari daycare juga memiliki visi misi salah satunya dengan menekankan budaya membaca, melatih literasi anak sejak dini, maka saya membutuhkan buku-buku yang mendukung tujuan ini. Saya tahu Kanisius menerbitkan buku agama Katolik dan pendidikan. Ada begitu banyak buku bacaan anak-anak, saya tertarik dengan buku terbitan Kanisius karena memang isinya sangat sesuai dengan apa yang saya cari. Buku-buku kanisius membahas persoalan-persoalan yang tidak banyak penerbit membuat, misalnya buku yang membahas tentang bagaimana anak menghargai perbedaan agama. Buku-buku ini yang saya dan daycare cari. Saya mencari buku-buku ini lebih banyak dari internet ya, saya searching buku-buku anak, keluarlah buku-buku Kanisius sekaligus bagaimana mendapatkan buku tersebut salah satunya lewat marketplace. Bagi saya mencari buku saat ini sangat dimudahkan dengan adanya internet ditambah dengan cara mendapatkan buku tersebut di marketplace.

Bagaimana faktor sosial berperan dalam keputusan ibu membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi kami?

Selain karena tugas saya di daycare, untuk meyakinkan saya akan buku-buku tersebut saya juga membaca informasi-informasi tentang buku tersebut, mulai dari

informasi fisik seperti berat buku, jenis kertas, cover, saya juga membaca sinopsis singkat dari buku itu, semakin banyak informasi yang saya dapatkan apalagi di marketplace, maka semakin besar juga peluang saya untuk tertarik membeli buku tersebut. Tentang ulasan produk atau penilaian produk yang ada di marketplace tidak terlalu menjadi pertimbangan bagi saya.

Bagaimana faktor pribadi berperan dalam keputusan ibu membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi kami?

Faktor pribadi terbesar adalah peran saya sebagai koordinator daycare, ada tanggung jawab yang saya pegang untuk memberikan ilmu dari sumber bacaan yang baik. Lalu dengan marketplace ya ini alternatif belanja saat ini, karena saat ini kita sudah dipermudah mulai dari cara mendapatkan informasi, membandingkan informasi, dan mendapatkan produk ya saya memilih untuk belanja di marketplace, sudah menjadi cara belanja yang kekinian ya apalagi karena pandemi kemarin jadi ini seperti sudah menjadi kebiasaan.

Bagaimana faktor psikologi berperan dalam keputusan ibu membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi kami?

Ada rasa puas yang saya rasakan, puas karena saya dipermudah dengan mendapatkan informasi, puas karena kualitas produk, puas karena pelayanan yang cukup baik dari admin dari ekspedisi, sesuai dengan apa yang saya harapkan. Dari rasa puas ini maka saya merasa tidak ada masalah untuk kembali belanja buku terutama di marketplace resminya Kanisius.

Apakah ada kekhawatiran terhadap resiko-resiko yang dapat terjadi dari pembelian secara online?

Kekhawatiran diawal ada ya, tapi setelah cari informasi kita tahu bahwa akun itu yang mengelola dari Kanisius sendiri ditambah dengan pengalaman yang baik ketika berbelanja di awal, selanjutnya rasa khawatir itu berkurang.

Bagaimana pandangan anda tentang ketertarikan membeli buku cetak atau ebook?

Secara pribadi saya lebih tertarik dengan buku cetak, secara profesi saya lebih menyarankan anak dalam usia pertumbuhan dibiasakan untuk membaca dan menyentuh buku. Ada sensasi tidak dapat dirasakan ketika membaca ebook, selain secara kesehatan kalau membaca ebook itu lebih cepat lelah dan ini tidak baik untuk anak-anak. Ebook digunakan untuk pengenalan dengan teknologi saja.

3. Transkrip Wawancara Informan 4 (P4)

Iya kak sama kak saya panggil kak ya

Baik kak, bisa ceritakan dulu latar belakang kakak, kakak ini siapa, usia, pendidikan, profesi atau aktivitas keseharian, tinggal dimana, agamanya apa, punya akun marketplace dimana saja dan sudah berapa lama memiliki akun tersebut?

Eh ok kak, baik kak kenalkan saya xxxxx (Santi) saya usia tahun ini 32 tahun, aku seorang psikolog klinis sehari-hari aku bekerja di salah satu pusat pelayanan Kesehatan di Jakarta, domisili di Jakarta juga Jakarta Barat. Eh apalagi, ee agama

Katolik, punya akun marketplace ada 3 sih kak, tapi yang dua ga saya pakai, jadi 1 aja kali ya..

Iya kak ga papa yang aktif saja yang biasa digunakan

Iya baik aku punya shopee sudah sekitar 5 tahun.

Baik kak seperti yang sudah saya sampaikan diawal pada hari ini saya akan mewawancari kakak tentang pengalaman kakak berbelanja buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius, dengan nama akun kami Kanisiusmedia.

Iya

Kakak kalau belanja buku begitu berapa kali sih kak?

Berapa kali mmmmmmmmm

Mmmm mungkin gampangnya dalam 1 tahun gitu berapa kali?

Oh mungkin kalau setahun bisa 5 sampai 6 buku gitu kali ya, aku suka baca apalagi buku bacaan yang bisa bantu kasih inspirasi kerjaan juga. Buku-buku motivasi, buku agama yang juga kasih motivasi inspirasi gitu.

Itu buku terbitannya acak gitu kak, maksudnya cara memilih terbitan siapanya gitu bagaimana?

Mm ya aku liat dulu sih kebutuhan aku seperti apa, aku sedang ingin baca apa, tapi biasanya aku cari penerbit yang sudah aku rasa terpercaya, mmm terpercaya konten dan apa ya...ya yang penerbit bagus gitu..kayak Gramedia gitu...kalau Kanisius karena buku-buku agama Katoliknya ya, filsafat gitu dan dulu kan aku pengguna buku Kanisius sejak zaman sekolah, buku agamanya Kanisius...jadi begitu cari yang genre agama filsafat ya ada motivasi yang ada kaitannya Kanisius aku langsung pilih Kanisius.

Kalau ada judul yang sama begitu bagaimana cara kakak mempertimbangkan buku mana yang akan dipilih?

Mmmmm ya aku selama ini eee kalau buku ya hanya liat Gramedia Kanisius sama paling penerbit luar gitu ya, aku percaya sih karena kualitas kontennya, kan nanti berpengaruh juga terhadap ilmu yang aku dapat pengetahuan yang aku dapat.

Oke kak, nah kan tadi kakak sudah menceritakan bagaimana kakak menentukan pilihan buku yang akan dibeli, lalu pertanyaan selanjutnya, kenapa kakak membeli buku terbitan Kanisius di marketplace resminya Kanisius?

Kalau itu soal kepraktisan sih kak, zaman sekarang kita ga perlu kesana kesini buat beli sesuatu ya, jadi praktis aja. Aku juga tau sih kalau Kanisius ada juga di Jakarta ya....tapi buat aku praktis aja, apalagi kanisius ada marketplace resminya, meskipun akunnya belum official kalau aku liat ya, tapi aku pernah tanya dan aku liat ulasan wah ini akun penjual yang resmi jadi ya aku pilih yang penilaiannya jelas dan kupastikan juga lewat chat dengan admin. Lewat situ aku juga bandingin kak dengan toko lain kok ada toko yang lebih murah, ada toko yang lebih mahal tapi diskon besar tapi ulasannya produk ga ada, nah aku curiga ini jang-jangan kualitas bajakan, atau tokonya ga valid...aku apa ya bukan murah yang aku cari karena aku masih menghargai ide pemikiran dari orang yang nulis, jadi kalau

buku ya sebisa mungkin cari buku yang ori gitu...nah ngerti ori atau ga ya seperti yang aku bilang crosscheck toko dan bandingin dengan toko yang lain itu penting.

Pernah ga kak beli buku terbitan Kanisius ternyata ga ori?

Mmmm ga ya untungnya ga...karena waktu pertama cari buku di marketplace itu, aku cari dan ketemu kan akunnya aku liat medsos kanisius ooh ini benar , ya sudah beli pertama langsung kalau cari apa aku langsung tau kemana harus beli.

Oke kak, nah kan ada nih yang bilang paling enak beli buku itu langsung ke toko buku karena bisa menikmati sensasi rasa cover, kertas, mungkin aroma kertas, dan kita bisa berlama-lama melihat isi buku, nah kalau di marketplace gitu apakah pengalaman itu tetap dirasakan atau berpengaruh ga terhadap Keputusan pembelian buku di marketplace?

Hehehehe.....mmmm iya sih ada ya, kalau dulu sebelum apa itu pandemi beli di toko buku itu ada rasa yang apa ya...kayak kita puas kalau beli buku di toko buku gitu...kayak apa ada rasa senang ada refreshing gitu kalau ke toko buku, tapi semenjak pandemi kok aku merasa lebih praktis ya....mmmmm ada yang kurang memang, tapi seperti yang kusampaikan itu bisa terbantu dari cara-cara kayak chat admin liat ulasan apalagi kita tahu kalau itu akun resmi gitu...eee meskipun tidak tergantikan rasa-rasa itu kalau beli langsung di toko, tapi rasa puas bahwa buku itu asli ya cara itu sudah cukup, kecuali kalau marketplace atau kanisius buat aplikasi yang kami bisa membuka lembaran gitu seakan-akan buku itu nyata seperti kalau aku beli langsung, hehehehe.....

Oooo jadi kayak bisa buka lembaran bukunya secara online, atau sensasi menyentuh kertas secara online gitu ya kak.....

Hehehe iya seperti itulah, kan seru kali ya

Kalau dari marketplacenya sendiri, ada ga sih pengaruhnya dalam Keputusan pembelian buku di marketplace tertentu, misal kakak tadi kan bilang ada 2 marketplace lain tapi tidak digunakan?

Ooooo kalau itu sih lebih karena kenyamanan ya?kenyamanan marketplace nya

Kenyamanan yang seperti apa kak?

Jadi gini, eeee aku kan sudah pernah nyoba nih ketiga-tiganya, tapi yang aku rasa itu lebih nyaman ya si shopee ini, dari tampilan kecepatan apa itu websitenya atau apa itu, programnya juga jelas, fitur jelas, lebih friendly lah dengan shopee, maka yang 2 lainnya udah ga tersentuh, malas juga sih, belanja disana belanja disini, satu itu sudah buat nyaman ya sudah 1 itu aja, buat perbandingan ya aku lebih suka bandingkan toko di satu marketplace daripada membandingkan marketplace lain....pusing juga, hehehe. Aku pernah bandingin yang kanisius juga sama antara harga di shopee Tokopedia di akun yang sama juga sama harganya, karena itu nyaman di shopee ya sudah aku pilih pake shopee aja.

Baik kak, lalu pertanyaan selanjutnya bagaimana budaya atau nilai-nilai budaya memainkan peran dalam pemilihan buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Mmmmmm kayaknya iya ya...jadi aku eee seperti yang aq jelaskan mungkin karena sudah terdoktrin dan aku membaca buku itu dari kecil dari terbitan Gramedia Kanisius gitu jadi aku ya termindset untuk cari buku ya ke penerbit itu,

dan memang beda sih kalau aku liat ya konten gaya bahasa gitu dengan penerbit lain, jadi kupikir mungkin ini yang bisa mempengaruhi...kalau kenapa beli di marketplace ya aku rasa juga sama budaya orang berbelanja sekarang juga begitu, sama kayak tadi meskipun ada yang hilang dari pengalaman beli buku di toko, tapi teknologi fiturnya sudah bisa memberikan kepuasan tersendiri seperti kalau kita beli di toko, teknologi yang semakin canggih, membuat kita bisa menjangkau lebih luas dalam genggaman.

Baik kak lalu bagaimana faktor sosial memainkan peran dalam proses keputusan anda untuk membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resminya? Mmmm faktor sosial disini seperti kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, peran dan status, seperti itu.

Kalau itu, eee begini...kalau dari dulu aku terbiasa dengan kanisius karena aku kenal dari sekolah ya, dengan buku Pelajaran agama itu, lalu keluarga karena orang tua aku itu ya kl buku itu ngenalinnya ya Gramedia dan Kanisius gitu. Nah dari situ tampaknya ya pengaruh aku terdoktrin itu dari situ. Nah semakin ke sini kan aku butuh buku ini buku itu nah itu karena ada status misal aku sebagai pelajar, mahasiswa, aku bekerja sekarang ini, jadi mencari buku referensi gitu dengan tetap apa sih mempertimbangkan brand tadi Gramedia kanisius. Nah kalau kaitannya kenapa belanjanya di marketplace ya karena mungkin efek juga media sosial ya yang membantu mengarahkan aku buat belanja dengan cara yang kekinian, ada semacam informasi yang intens gitu sehingga aku paham oooo itu akun kanisius di marketplace, nah lalu itu aku dapat ulasan tentang produk tentang layanan, nah itu pengaruh aku buat belanja produk itu, buat aku beli di marketplace itu.

Kalau dengan faktor pribadi seperti usia, tingkat pendidikan, profesi, gaya hidup, minat, hobi, mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Kalau aku merasakan apa ya...faktor pribadi sangat berpengaruh ya, aku yang suka baca lalu aku yang terbiasa membaca buku-buku terbitan Gramedia dan Kanisius jadi aku mengarahkan kebutuhan produk buku itu kesana, tadi juga disebutkan ketika sekolah kuliah bahkan hingga aku kerja saat ini juga seperti itu. Nah kalau kenapa belinya ke marketplace ya mungkin karena gaya hidup ya, simple, banyak dimudahkan dan ada rasa nyaman aja gitu, fleksibel kan aku kalau lagi malas pergi bisa dari rumah, tapi kalau memang harus ke toko ya aku bisa ke toko langsung...ya ini semacam gaya hidup saat ini kan ya, kita dimudahkan akan banyak pilihan dari yang kita butuhkan.

Kalau dari sisi psikologis kak, bagaimana faktor psikologi itu mempengaruhi Keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Psikologis itu seperti apa kak?

seperti motivasi, persepsi, memori atau pengalaman yang teringat gitu...

Mmmm tadi itu karena aku sudah terdoktrin itu ya aku mempersepsikan bahwa buku Kanisius itu kontennya berkualitas jadi aku percaya aja bahwa buku yang aku beli terbitan Kanisius itu buku yang bagus. Dan buku Kanisius itu kan sudah

menemaniku sejak dulu sampai sekarang itu yang menguatkan aku jika ada buku yang aku butuhkan aku liat di Kanisius ketemu ya aku beli. Kalau belinya ke marketplace ya karena nyaman dan dimudahkan itu tadi, ya meski mungkin secara pengalaman langsung menyentuh buku menikmati buku secara langsungnya ga ada, aku ga jadi masalah karena aku sudah cukup dengan yakin bahwa toko atau akun itu asli punya nya kanisius, aku pernah beli dan baik pelayanannya, buku yang aku terima sesuai ekspektasi keasliannya. Aku juga bisa memberikan pengalamanku ke orang lain misal ditanya ih bukunya bagus beli dimana? beli online di Kanisius gitu, aku berani bilang merekomendasikan karena aku pernah mengalami, kan ga salah kan pengalaman baik kita bagikan, aku juga mendapatkan pengalaman sebelum memutuskan membeli dari orang lain lewat ulasan itu.

Baik kak, tampaknya saya sudah mendapatkan informasi yang cukup untuk wawancara kita kali ini. Untuk wawancara kali ini saya cukupkan jika ada wawancara selanjutnya akan segera saya hubungi kakak kembali.

Baik sama-sama kak, nanti kl ada yang kurang hubungi saya lagi.

Baik kak, sekali lagi terima kasih.

Iya kak sama-sama

Oya kak, kakak lebih memilih membeli buku cetak atau ebook?

Mmmmm cenderung ke buku cetak ya, meskipun aku juga beli ebook, ebook paling kayak novel, tapi buku-buku Kanisius itu aku lebih milih buku cetak, terutama buku-buku renungan aku bisa memberikan catatan, buku referensi juga aku bisa kasih tulisan-tulisan seperti itu. Ebook juga lebih lelah ya matanya, mungkin karena ada efek radiasi layar ya, tapi sejauh ini aku tetap lebih memilih buku cetak dibandingkan ebook.

4. Transkrip Wawancara Informan 5 (P5)

Sebelumnya saya ucapkan terima kasih kepada Bapak, karena berkenan untuk menjadi responden dalam penelitian saya. Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, wawancara kali ini akan menggunakan wawancara tertulis seperti permintaan bapak. Dalam wawancara tertulis ini, silahkan bapak menceritakan pengalaman ketika berbelanja buku PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius.

Pertanyaan pertama, silahkan bapak tuliskan latar belakang bapak mulai dari usia, pendidikan, profesi atau kegiatan sehari-hari, domisili, agama, dan memiliki akun marketplace dimana dan sudah berapa lama memiliki akun tersebut?

Perkenalkan nama saya Fransiskus Arya Aditama umur saat ini 45 tahun, pendidikan saya S1 Ekonomi, keseharian saya bekerja di sebuah perusahaan BUMN di kota Bandung, tempat tinggal saya juga ada di Bandung. Selain bekerja saya juga aktif di gereja baik di paroki, lingkungan atau wilayah. Setelah jadi pengurus lingkungan, 1 tahun terakhir ini saya ditunjuk lingkungan untuk menjadi Prodiakon. Saya memiliki akun marketplace di Tokopedia dan sudah memiliki akun sekitar 2-3 tahunan ini.

Ceritakan pengalaman anda tentang bagaimana anda memutuskan untuk membeli buku terbitan Kanisius dan bagaimana anda memutuskan membeli produk tersebut di marketplace resmi PT Kanisius!

Saya membeli buku terbitan PT Kanisius itu sudah cukup lama ya, terutama semenjak aktif dalam kepengurusan di lingkungan. Ya seperti yang kita ketahui kalau bicara buku-buku gereja, ajaran gereja, liturgi, katekese, renungan, dan apapun tentang gereja Katolik, rujukannya adalah buku terbitan Kanisius. Saya cukup percaya terhadap kualitas isi dari buku-buku yang diterbitkan Kanisius terutama buku-buku yang berkaitan tentang gereja Katolik. Buku-buku itu sangat membantu saya dalam menjalankan tugas kepengurusan bahkan tugas saya saat ini sebagai prodiakon. Lalu alasan mengapa saya memilih membeli di marketplace, ya sebenarnya ini alternatif ya, saya melihat bahwa Kanisius ini memiliki jalur penjualan yang beragam ada toko, ada yang melalui whatsapp dan sekarang juga ada di marketplace. Saya sendiri sudah tiga kali belanja buku Kanisius di marketplace nya Kanisius yang ada di Tokopedia. Bagi saya membeli di marketplace lebih soal kepraktisan ya, dan cepat dibandingkan WA, karena informasi yang dibutuhkan sudah ada. Lalu menjadi lebih yakin dan terpercaya ketika saya tahu bahwa akun toko tersebut adalah akun resmi. Kalau yang di Kanisius saya merasa yakin itu ketika melihat salah satu iklan produk Kanisius, disitu tertulis bahwa Kanisius hadir di marketplace dengan akun Kanisiusmedia. Dari situ saya buka saya lihat performa toko, saya lihat ulasan layanan dan produk dan yakin bahwa akun ini milik Kanisius. Karena yakin milik Kanisius ya sudah saya ga kemana-mana, karena otomatis saya merasa yakin buku tersebut asli, soal harga ya saya yakin tentu itu harga yang diterapkan perusahaan dan bersaing dengan yang lain, ada harga ada kualitas. Selama belanja di marketplace yang dikelola Kanisius, saya tidak ada komplain semua baik.

Menurut anda bagaimana faktor budaya memiliki pengaruh terhadap keputusan anda membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Saya melihatnya begini, jadi branding yang ditanamkan oleh Kanisius sebagai sebuah penerbit Katolik itu sangat tertanam ya. Saya penikmat buku terbitan Kanisius ketika ada kebutuhan referensi buku tentang gereja Katolik ya saya akan jadikan Kanisius sebagai rujukan utama. Untuk buku ajaran gereja atau katekese saya juga diberi tahu bahwa dalam buku terbitan Kanisius ada nihil obstat dan imprimatur dari Romo, bagi kami para awam melihat sebuah buku yang memiliki nihil obstat dan imprimatur adalah bukti bahwa isi tulisan tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Terkait dengan keputusan membeli buku tersebut di marketplace Kanisius, saya rasa ini lebih karena kemajuan teknologi yang menawarkan kepada kita cara belanja yang praktis, ketika kita menikmati cara belanja itu maka kita akan memilih cara belanja itu untuk memenuhi kebutuhan.

Apakah bisa dijelaskan tentang pernyataan ini ketika kita menikmati cara belanja itu maka kita akan memilih cara belanja itu untuk memenuhi kebutuhan.

Ketika berbelanja di marketplace, saya mendapatkan apa yang saya inginkan, misalnya informasi lengkap tentang buku itu, tampilan marketplacenya tidak ribet, kalau pembandingan untuk buku tidak terlalu karena saya sudah percaya pada satu akun itu. Cara pembayaran pilihan pembayaran juga beragam, kontrol atas pengiriman jelas, admin yang dapat dihubungi dan respon yang cepat dari admin.

Bagaimana faktor sosial mempengaruhi anda dalam keputusan membeli buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Bagi saya yang paling banyak mempengaruhi adalah lingkungan gereja ya. Saya sebagai umat apalagi sebagai pengurus waktu itu dan saat ini menjadi prodiakon membutuhkan buku-buku yang berkualitas untuk menunjang iman. Ada tanggungjawab moral tentang bagaimana ikut tumbuh berkembang dalam iman dengan sumber yang terpercaya. Tentu ada peran Romo paroki yang juga memberikan informasi tentang buku-buku apa saja yang dapat dibaca oleh kami para awam, sehingga kami umat juga diarahkan untuk mendapatkan sumber bacaan yang sesuai. Faktor sosial yang mendorong saya untuk berbelanja melalui marketplace resmi PT Kanisius karena tadi soal kepraktisan dan alternatif belanja, dorongan semakin besar ketika ada keyakinan bahwa akun tersebut dikelola oleh Kanisius dari iklan produk yang ada di media sosial. Semakin yakin ketika melihat performa dan ulasan yang ada di marketplace itu. Dan tambah yakin ketika mengalami sendiri proses pembelian itu ada rasa puas.

Bagaimana faktor pribadi seperti usia, tingkat pendidikan, profesi, gaya hidup, minat, hobi, mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Bagi saya lebih ke soal tugas atau peran saya sebagai pengurus dan prodiakon ini yang mengarahkan saya untuk memperkaya diri dengan informasi-informasi tentang agama katolik, melalui buku itu. Selain seperti yang sudah disebutkan ketika mencari referensi ada peran dari Romo paroki yang sudah memberikan informasi buku apa saja yang bisa digunakan. Aktifitas yang cukup padat bekerja dan pelayanan untuk gereja juga mungkin sedikit mempengaruhi kenapa saya membelinya di marketplace, praktis dan mudah apalagi tadi itu saya sudah tau bahwa toko yang saya tuju adalah toko yang dikelola resmi oleh PT Kanisius. Saya merasa aktifitas padat ini lalu waktu itu ada pandemi itu dijawab oleh kemajuan teknologi ada cara belanja yang memudahkan kami pembeli.

Bagaimana faktor psikologi seperti memori, motivasi, persepsi, mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Pertama soal bagaimana saya merasa ketika mencari buku agama, katekese, liturgi, dst itu saya mengingatnya adalah Kanisius. Nah ketika mencari buku Kanisius saya dihadapkan pada kemudahan berupa layanan marketplace. Ada rasa puas dan tenang ketika saya mengetahui bahwa toko di marketplace itu adalah toko yang dikelola resmi oleh PT Kanisius, sehingga segala resiko yang ada dari belanja online itu dapat diatasi.

Apakah ada sesuatu yang lebih mendorong anda misalnya karena ada promo (gratis ongkir), diskon atau tampilan marketplace itu yang membuat anda lebih memilih membeli buku di marketplace?

Tidak ada, mau buku itu ada promo diskon kalau tidak saya butuhkan tidak saya beli, begitu sebaliknya ketika buku itu entah harganya mahal kalau saya butuh ya saya akan beli, beli di marketplace itu lebih soal praktis.

Bagaimana pandangan anda tentang memilih membeli buku cetak atau ebook?

Saya lebih memilih buku cetak, karena lebih enak dibaca dan mudah dibawa, apalagi saya sebagai prodiakon biasanya memberikan catatan-catatan dari buku yang saya baca, jadi lebih enak juga ketika membuka buku lebih jelas, kalau ebook bisa juga diberi catatan tapi lebih berkesan kalau bawa buku.

5. Transkrip Wawancara Informan 6 (P6)

Sebelumnya saya ucapkan terima kasih kepada Ibu, karena berkenan untuk menjadi responden dalam penelitian saya. Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, wawancara kali ini akan menggunakan wawancara tertulis seperti permintaan Ibu. Dalam wawancara tertulis ini, silahkan Ibu menceritakan pengalaman ketika berbelanja buku PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius.

Pertanyaan pertama, silahkan Ibu tuliskan latar belakang bapak mulai dari usia, pendidikan, profesi atau kegiatan sehari-hari, domisili, agama, dan memiliki akun marketplace dimana dan sudah berapa lama memiliki akun tersebut?

Perkenalkan saya Agustina Wiwik Murniwati, usia 40 tahun, pendidikan terakhir sarjana pendidikan, profesi sebagai guru di sebuah sekolah swasta di kota Malang, domisili juga di kota Malang. Saya memiliki akun di shopee dan kurang lebih sudah 6 tahun memiliki akun tersebut.

Ceritakan pengalaman anda tentang bagaimana anda memutuskan untuk membeli buku terbitan Kanisius dan bagaimana anda memutuskan membeli produk tersebut di marketplace resmi PT Kanisius!

Bagaimana saya memutuskan untuk membeli buku terbitan Kanisius itu semua berawal dari pekerjaan atau profesi saya sebagai guru ya. Saya mengajar untuk tingkat TK dan mengajar Agama di Sekolah Negeri, kebetulan saya harus mencari referensi atau buku-buku yang relevan dengan kebutuhan sekolah kami, sekolah TK swasta Katolik. Ya saya mengenal Kanisius adalah penerbit Katolik yang menerbitkan buku-buku pendidikan, maka saya memilih Kanisius. Buku-buku Kanisius saya rasa yang paling pas yang dapat saya gunakan untuk membantu profesi saya. Lalu mengapa saya membeli di marketplace, kebetulan yang saya beli di marketplace adalah untuk kepentingan pribadi saya artinya membeli bukan karena pengadaan sekolah, kalau untuk pengadaan sekolah sudah diatur oleh yayasan dan belinya juga dengan petugas yang ada di Surabaya. Kalau saya mau beli atas pribadi tampaknya kalau melalui jalur itu kurang pas ya, jadi saya coba-coba cari bagaimana kebetulan saya melihat salah satu materi promo Kanisius layanan penjualannya ada di marketplace. Dari situ saya coba buka akun tokonya

dan melihat riwayat pesanan atau layanan, komentar pembeli dan saya mencoba untuk membeli, waktu itu pertama saya membeli buku anak dan saya puas ya layanannya sesuai, buku sampai tidak lama, kualitasnya asli. Pengalaman pertama itu yang akhirnya membuat saya kalau mau beli buku Kanisius ya lewat marketplace saja.

Menurut anda bagaimana faktor budaya memiliki pengaruh terhadap keputusan anda membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Saya melihat begini, mungkin karena saya sebagai seorang guru membutuhkan buku-buku yang memiliki kualitas dari sisi isi dan dapat dipercaya ya, jadi apa yang akan saya bagikan kepada murid-murid saya itu perlu sesuatu yang baik juga, saya melihat buku-buku itu ada pada terbitan Kanisius. Antara yang saya butuhkan dan yang saya alami saat ini, buku-buku Kanisius itu relevan dengan yang saya inginkan.

Lalu bagaimana kaitannya dengan membeli produk tersebut di marketplace resmi?

Kaitannya lebih memudahkan saya dalam mendapatkan produk tersebut ya, jadi tadi saya juga jelaskan di awal bahwa saya melihat Kanisius memiliki layanan penjualan di marketplace, lokasi saya jauh dari Kantor Kanisius yang di Surabaya, disini juga tidak ada tokonya, lalu saya melihat informasi bahwa ada layanan di marketplace, karena saya yakin itu Kanisius saya membeli di marketplacena.

Bagaimana faktor sosial mempengaruhi anda dalam keputusan membeli buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Saya kenal Kanisius itu ya sejak dulu sebelum mengajar ada buku-buku pendidikan dan saya sebagai seorang Katolik juga tahu bahwa Kanisius juga menerbitkan buku-buku ajaran gereja Katolik. Pengaruhnya mungkin dari lingkungan ya, mulai dari lingkungan ketika saya pendidikan dulu, ketika saya mengajar, dan kehidupan beragama saya. Lingkungan-lingkungan itu yang membuat saya kenal dan akrab dengan Kanisius.

Bagaimana kaitannya dengan marketplace? Apakah faktor sosial mempengaruhi?

Ya marketplace tadi menjawab tentang kemudahan bagi pembelinya, bagaimana saya dapat menjangkau produk yang saya inginkan. Perkembangan teknologi memudahkan pembeli saat ini.

Bagaimana faktor pribadi seperti usia, tingkat pendidikan, profesi, gaya hidup, minat, hobi, mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Saya melihat ini lebih ke peran saya sebagai guru dan mungkin juga sebagai orang Katolik yang ingin mengembangkan pengetahuan tentang agama Katolik. Faktor pribadi yang paling dominan saya rasakan itu ketika alasan kenapa saya memilih buku terbitan Kanisius. Kalau dengan marketplace, mungkin saya merasa ini seperti gaya hidup, tapi bukan gaya hidup yang boros belanja online begitu. Saya melihatnya gaya hidup dimana saat ini pembeli itu dimudahkan dengan kemajuan

teknologi sehingga produk yang kami inginkan dimanapun itu bisa dijangkau atau didapatkan.

Bagaimana faktor psikologi seperti memori, motivasi, persepsi, mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Pertama soal persepsi, seperti yang saya sampaikan tadi saya melihat buku-buku Kanisius itu sesuai dengan apa yang saya butuhkan. Hal ini yang membuat saya akan teringat dengan Kanisius ketika saya membutuhkan buku pelajaran atau pendidikan dan buku agama katolik juga.

Bagaimana faktor psikologi ini mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian di marketplace?

Pandangan saya tentang cara belanja di marketplace yang itu memudahkan saya di tengah kesulitan saya untuk mendapatkan produk itu, sehingga itu yang mendorong saya untuk memilih membeli di marketplace.

Apakah ada sesuatu yang lebih mendorong anda misalnya karena ada promo (gratis ongkir), diskon atau tampilan marketplace itu yang membuat anda lebih memilih membeli buku di marketplace?

Tidak terlalu ya, promo diskon itu menjadi faktor kesekian, karena paling utamanya soal kebutuhan tadi, saya butuh buku ini dan saya bisa mendapatkan di marketplace ini bagi saya itu sudah sangat membantu saya. Ada promo untuk buku anak misalnya jika itu belum saya butuhkan saya belum membelinya. Gratis ongkir itu lebih menjadi bonus saja, bahwa pada akhirnya saya mendapatkan pengalaman yang baik atas pelayanan misalnya pengiriman yang tepat waktu, admin yang tanggap ini menjadi keyakinan saya bahwa belanja di marketplace itu aman, jadi saya percaya untuk membeli lagi ketika ada produk yang saya butuhkan.

Bagaimana pendapat anda lebih memilih membeli buku cetak atau ebook?

Di dunia digital di sekolah pun juga difasilitasi, tapi saya lebih memilih buku cetak, karena buku cetak itu lebih aman dimata ya, dan saya sebagai pengajar ingin membiasakan kepada para siswa saya untuk mau membuka dan membaca buku. Ada sensasi motorik yang dirasakan anak ketika mereka membuka buku dari halaman ke halaman. Buku bisa menjadi koleksi yang nyata. Ebook atau sumber digital menjadi pendamping penambah referensi.

6. Transkrip Wawancara Informan 7 (P7)

menjadi responden dalam penelitian saya. Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, wawancara kali ini akan menggunakan wawancara tertulis seperti permintaan bapak. Dalam wawancara tertulis ini, silahkan bapak menceritakan pengalaman ketika berbelanja buku PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius.

Pertanyaan pertama, silahkan bapak tuliskan latar belakang bapak mulai dari usia, pendidikan, profesi atau kegiatan sehari-hari, domisili, agama, dan memiliki akun marketplace dimana dan sudah berapa lama memiliki akun tersebut?

Perkenalkan nama saya Vincent Haryanto, saya tinggal di Jakarta, usia 30 tahun, agama Katolik, pekerjaan saya sebagai wiraswasta menjual produk-produk rohani gereja Kristen dan Katolik. Saya memiliki akun marketplace di Shopee, Tokopedia, dan Blibli, yang Shopee Tokopedia sudah lama ya, kalau Blibli ya sekitar 2 tahun belakangan ini.

Produk-produk yang dijual apa saja Pak?

Produk rohani seperti salib, patung, rosario, peralatan gereja, buku-buku doa, buku filsafat buku liturgi, buku ajaran gereja, buku renungan.

Ceritakan pengalaman anda tentang bagaimana anda memutuskan untuk membeli buku terbitan Kanisius dan bagaimana anda memutuskan membeli produk tersebut di marketplace resmi PT Kanisius!

Awalnya saya itu berjualan buku-buku. Waktu itu buku-buku filsafat buku-buku katekese seperti itu banyak peminatnya di gereja-gereja. Saya mencari buku-buku itu berdasarkan permintaan pembeli ya, buku-buku umum yang biasanya digunakan di gereja seperti Puji Syukur, Alkitab itu juga awal-awal saya berjualan seperti itu. Buku-buku Kanisius memang dari awal banyak pembeli ya mencari jadi saya coba mencari-cari buku tersebut. Lama kelamaan tidak hanya buku saya juga berjualan perlengkapan atau peralatan gereja juga, benda-benda rohani seperti itu. Mungkin karena saya penjual juga maka barang-barang yang saya beli juga ada pengaruh dari pembeli atau pasar. Ya sebagai penjual juga tentu saya mencari pemasok yang harga kulakannya seperti yang saya harapkan, maka dengan Kanisius saya membeli melalui salesman perwakilan yang di Jakarta, atau WA melalui call centre nya Kanisius, ada diskon yang dapat saya gunakan untuk margin harga jualnya nanti. Saya mulai berbelanja di marketplace waktu itu saat awal pandemi ya, saya ingat Kanisius waktu itu membuka di Tokopedia kemudian di Shopee. Saya memilih di marketplace karena memang ada promo, diskon, termasuk program gratis ongkir sekali lagi ini tentang pilihan lewat jalur mana saya bisa mendapatkan harga barang yang keuntungannya lebih. Saya tidak hanya membeli buku, tetapi juga perlengkapan peralatan gereja juga pernah membeli di marketplace.

Bisa dijelaskan lebih lagi tentang bagaimana anda memilih membeli buku kanisius di marketplace tersebut, apalagi dalam catatan penjualan anda bahkan membeli di 3 marketplace resmi kami.

Ya jadi sebelumnya saya juga pernah membeli berbagai macam produk melalui marketplace, bagi saya ini cukup membantu saya terutama dalam mencari produk untuk dijual kembali. Saya bisa mencari barang, membandingkan barang, membandingkan harga, membandingkan promo diskon seperti itu hanya dalam satu laptop atau smartphone. Ya seperti halnya belanja online, kita perlu hati-hati terhadap penjualnya ya, meskipun dari marketplace sendiri juga sudah berupaya membantu pembeli dengan mengelompokkan kelas seller. Pembeli pun perlu teliti dengan melihat identitas penjual dan trackrecord penjual itu melalui penilaian toko, layanan, maupun produk. Saya juga terbantu misalnya seperti Kanisius yang menginformasikan di media sosial resminya bahwa ada layanan di marketplace dengan nama akun kanisiusmedia itu, ini bisa membuat rasa percaya lebih, tinggal kita melihat produk yang dicari, semakin senang lagi dari ulasan yang baik kelengkapan barang yang dijual jadi membuat saya terbantu. Saya memilih belanja di shopee tokopedia blibli itu lebih karena pilhan marketplace mana yang memberikan harga yang baik, misal di shopee saya memilih karena saya punya voucher gratis ongkir ditambah promo baik dari shopee atau dari kanisius sebagai seller, kalau promo itu lebih menguntungkan di tokopedia ya beli disana. Lebih kesoal itu, lainnya sama ya seperti layanan kecepatan admin, pelacakan pengiriman, semua sama, apalagi kanisius baik di shopee tokopedia blibli pelayanannya dari seller sama.

Menurut anda bagaimana faktor budaya memiliki pengaruh terhadap keputusan anda membeli buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Saya melihatnya belanja di marketplace itu kan sudah menjadi suatu yang biasa ya saat ini, saya pun belanja di marketplace juga karena melihat orang-orang belanja disitu, ditambah situasi yang saat itu tidak memungkinkan saya yang berjualan seperti ini banyak keluar waktu covid jadi ini terbentuk karena hal itu. Kalau dari sisi buku saya hanya melihat permintaan pasar ya, selain saya juga tahu kalau Kanisius itu menjual buku agama dan buku sekolah. Saya melihat dari pelanggan pembeli saya ketika mencari buku gereja katolik itu cari buku Kanisius, buku anak, buku sekolah yang agama katolik juga, atau buku-buku lama kanisius yang masih populer itu juga masih banyak yang cari, termasuk ada buku filsafat yang banyak dicari juga. Mungkin karena terkenalnya dari situ jadi banyak yang mencari buku-buku itu.

Bagaimana faktor sosial mempengaruhi anda dalam keputusan membeli buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Mungkin yang marketplace sama ya, seperti diatas mulai dari tadi bagaimana saya memilih marketplace-marketplace itu sampai alasan menggunakan marketplace itu. Kalau buku kanisius kalau saya melihat nama kanisius itu sudah dikenal lama ya, lalu produk-produk nya juga semua orang tahu terutama untuk kalangan kita orang katolik, jadi saya berpikir orang-orang yang membeli buku kanisius itu sudah tahu ketika membeli buku seputar agama katolik, pendidikan katolik, filsafat seperti itu langsung mencari buku terbitan kanisius. Selama ini pembeli

saya juga seperti itu bertanya ada buku dengan judul apa terbitan apa jadi sudah tahu duluan.

Bagaimana faktor pribadi seperti usia, tingkat pendidikan, profesi, gaya hidup, minat, hobi, mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian buku terbitan Kanisius di marketplace resmi PT Kanisius?

Kalau ini lebih karena faktor kepentingan saya sebagai penjual ya, pembeli cari apa atau ada buku bagus apa ya akan saya stok saya beli. Alasan memilih menggunakan marketplace pun lebih karena faktor pekerjaan ya, secara tidak langsung penjual pasti akan mencari tempat yang menguntungkan, margin yang besar itu yang akan dipilih. Selain faktor menguntungkan juga karena di marketplace kanisius itu juga lengkap ya, Jadi semakin memudahkan.

Bagaimana faktor psikologi ini mempengaruhi anda dalam keputusan pembelian di marketplace?

Ada rasa puas ketika berbelanja produk kanisius di marketplace, saya dimudahkan dengan pilihan jalur penjualan terutama untuk produk kanisius. Pelayanannya baik, informasi dan produk lengkap, jadi kalau mau belanja produk kanisius bisa lewat wa, lewat petugas sales yang ada di jakarta, dan sekarang bisa lewat marketplace. Kembali lagi dari itu semua mana yang menguntungkan bagi saya sebagai penjual itu yang akan saya gunakan.

Bagaimana pandangan atau preferensi anda terhadap buku cetak atau ebook?

Kalau ditanya sebagai penjual tentu saya lebih memilih buku cetak saat ini, ebook di marketplace belum berpotensi, karena ada aturan-aturan yang harus dilalui oleh seller seperti aturan perizinan hak cipta. Ebook juga lebih banyak dijual oleh aplikasi atau bahkan dari penerbitnya langsung jadi bagi penjual seperti saya kalah bersaing duluan. Kalau ditanya sebagai pribadi lebih memilih buku cetak, bentuk fisik buku itu lebih memberikan kesan membeli dibandingkan ebook yang semacam berlangganan.

7. Transkrip Wawancara Informan 8 (P8)

Oke Sigit ini adalah wawancara tentang penelitian kenapa dari Sigit atau dari kanisius itu yang diwakili adalah Sigit, karena Sigit disini sebagai admin atau staff yang menangani pelayanan pembelian melalui marketplace. Penelitian saya sendiri itu bertujuan menganalisis perilaku konsumen dalam proses keputusan pembelian produk buku di marketplace. Jadi batasannya disini adalah customer yang membeli buku di marketplace resmi PT. Kanisius. Nah, kenapa dari PT. Kanisius itu juga diwawancarai? Ini adalah bagian dari tri angulasi atau proses validasi dan reliabilitas sebuah penelitian kualitatif. Jadi nanti akan dicek kan nih dari customer-customer yang saya wawancarai dengan yang terjadi dari sisi perusahaan atau dari PT. Kanisius itu sendiri. Disini nanti akan saya tanyakan beberapa pertanyaan terkait faktor-faktor perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Kalau Faktor-faktor itu ada 4 faktor : Budaya, sosial, pribadi dan psikologi kalau urutannya keputusannya mulai dari mencari informasi mencari pembandingan memutuskan pembelian lalu evaluasi pasca pembelian. itu prosesnya Oke sampai sini ada yang mau ditanyakan dulu ?

belum...

Ini mungkin nanti pertanyaannya ada sedikit yang mungkin istilah-istilah yang kurang dipahami nanti bisa ditanyakan ulang tidak apa-apa Oke kalau belum kita langsung saja Nanti suaranya agak keras dikit ya jelas supaya terekam dengan baik Oya sebelum ini kita namanya akan saya samarkan dilaporan, kecuali mau oh ga usah disamarkan pak biar terkenal nanti saya buat kan namanya jelas-jelas. Seperti itu, baik...

Oke baik pertama ke pertanyaan faktor budaya Bagaimana budaya atau nilai-nilai budaya memainkan peran dalam pemilihan buku terbitan PT Kanisius di marketplace resmi PT. Kanisius?. Nilai-nilai budaya itu kalau mau saya gambarkan itu seperti ada ga sih pengaruh kaya misalnya dari sisi agama, dari sisi kelompok RAS, atau wilayah geografis, itu memainkan peran ketika orang itu memilih untuk membeli buku di marketplace resmi PT. Kanisius?

ee...untuk yang faktor budaya menurut saya itu cukup berpengaruh untuk pembelian buku terbitan Kanisius karena ketika dilembaga gereja di lembaga gereja sendiri kan ada beberapa buku, dilembaga gereja sendiri itu ada beberapa yang memang dibagi tiap tiap penerbit katolik sudah dibagi plot plot untuk sangat mempengaruhi dipenerbit lain tidak ada. Misal buku MHMHR yang sampai saat ini belum tersedia karena sedang cetak ulang nah itu sangat mempengaruhi. Menurut saya sangat mempengaruhi signifikan karena ditempat lain tidak ada jadi mau tidak mau harus membeli di kanisius dan salah satu pilihannya ada di marketplace. Berarti termasuk segmentir banget bahwa ya satu-satunya yang jual ya di kanisius berarti memainkan peran disitu dari sisi agama. Kalau dari kelompok RAS atau geografis misalnya lebih banyak orang kota di kota-kota besar gitu ya yang membeli buku-bukunya Kanisius atau mungkin daerah-daerah

yang katoliknya banyak yang membeli produknya Kanisius atau sebenarnya campur. Kalau geografisnya itu lebih banyak bukunya terserap ibu kota kanisius lebih terkenal atau mungkin lebih dikenal dikalangan gereja, geografisnya disitu kemudian para romo-romo dan KWI pusatnya juga di sana di Jakarta. itu sangat berpengaruh. Jadi sangat berpengaruh. Selain Jakarta ada disekitar Kalimantan dan Sumatra.

Ini kan Kanisius tidak hanya punya buku agama, ada buku umum dan buku pendidikan dari marketplace sendiri dari faktor budaya terhadap buku-buku itu yang bergenre umum dan buku-buku pendidikan bagaimana sih?

e...untuk yang lebih menonjol di marketplace kanisius itu umum dalam arti bukan pendidikan tapi masih terikat liturgy tapi masih dalam liturgy doa-doa. Kaya buku renungan.

kalau buku-buku anak gitu ya?

Untuk buku anak lumayan banyak karena mungkin brand nya kanisius dari dulu itu lebih menonjol mungkin ya perpektif saya kanisius brandingnya adalah buku-buku anak. Banyak dikanisius itu buku Mewarnai, cerita dll

kalau lainnya itu, kaya buku filsafat gitu, kira-kira masih dengan faktor budaya.

kalau yang sejenis buku-buku untuk perguruan tinggi itu yang lebih laku daripada yang lain itu ada beberapa dorongan dari dosen yang memanfaatkan apa...pembelajarannya menggunakan buku tersebut jadi itu bisa ikut mendorong untuk perguruan tinggi buku filsafat dan yang lainnya.

Berarti bisa dikatakan faktor budaya ini bisa diartikan memainkan peranan penting dalam membeli buku di Kanisius di marketplace resmi PT. Kanisius. Nah, dari sisi perusahaan sendiri bagaimana PT kanisius memperhatikan dan menyesuaikan produknya dengan keragamana budaya konsumen terutama dalam konsteks buku yang dijual di marketplace PT. Kanisius?

Oya...a untuk mengkin untuk menyesuaikan lebih bisanya lebih bisa menyatu kita melihat lebih dilah pasarnya rasanya lebih signifikan dimana buku itu akan lebih banyak dicetak dan kemudian harganya lebih bisa menyesuaikan dengan konsumen –konsumen misalkan harga rilisnya buku itu sudah disesuaikan dengan e...laporan-laporan apa tentang tanggapan harga dari konsumen dan sudah ditambahkan dengan hitungan pajak yang harus dibayar sudah dihitung oleh perusahaan dengan baik. Nah untuk buku-buku pilihan itu juga diterbitkan sudah ada tim-tim terkait penerbitan yang handal untuk emlihat pasarnya tentunya mereka sudah professional dalam memilih pasarnya yang cocok untuk diterbitkan.

Berarti apakah semua produk buku kanisius dijual di marketplace atau ada pilihan-pilihan tertentu yang itu juga dilihat dari keragaman budaya konsumen?

Untuk ragamnya itu hampir semua dijual di marketplace, kecuali memang buku-buku itu sudah lama dan kemudian tidak cetak lagi nah, kemungkinan sudah tidak bisa dijual lagi

Oke Baik Itu untuk faktor budaya,lalu untuk faktor sosial, ini agak banyak factor sosial Lalu untuk faktor sosial kalau teorinya dikatakan bahwa faktor

sosial adalah kelompok jaringan sosial dimana individu atau seseorang menjadi anggota dan dapat mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan mereka faktor-faktor ini memiliki dampak yang signifikan terhadap cara pelanggan memilih, membeli dan menggunakan barang atau jasa. Faktor sosial diidentifikasi dalam 4 kelompok itu kelompok referensi, kelompok yang mempengaruhi individu dalam atau keluarga, kelas sosial pembagian masyarakat yang memiliki Peran dan status Kelompok referensi misalnya kaya bisa di marketplace kelompok ulasan, kelompok member KRC, kelompok dewan pastoral DPP bisa masuk dalam kelompok referensi itu bisa mempengaruhi orang untuk membeli di Kanisius Ada buku bagus di kanisius Lebih cepat Keluarga misalnya kaitannya saya kenal buku kanisius dari sejak jaman saya kecil karena saya dididik secara katolik buku-buku pendidikannya buku kanisius agamanya kanisius komuni pertama buku kanisius karena orang tua mengarahkan untuk menggunakan buku terbitan kanisius. Lalu ada tadi kelompok sosial ee...yang terbagi karena ada sosial, ekonomi, budaya misalnya ya hampir sama kaya tadi ada kelompok referensi, kelompok etnis tertentu misalnya seperti itu yang sudah larinya ke kanisius ke marketplace aja atau misalnya Lu anak muda masak sih belanjanya kaya gini dah simpelnya lewat marketplace saja itu masuk dalam status sosial dan budaya Peran dan status itu misalnya perannya sebagai DPP, prodiakon, perannya sebagai romo, pastur paroki, perannya sebagai dosen seperti itu. Nah dari faktor-faktor sosial bisa dibayangkan dari kelompok-kelompok itu seberapa besar pengaruhnya bagi seorang customer dalam memutuskan untuk membeli produk buku terbitan PT. Kanisius. Gambarnya sudah nangkap?

Ee...sebagian sudah Ya saya menjawab yang terpikirkan di otak saya

Pertanyaan pertama bagaimana rekomendasi teman atau keluarga mempengaruhi keputusan pembelian di Interaksi sosial termasuk Dalam memilih di marketplace kanisius menangkap oh ini rekomendasi teman dari sisi penjual

Dari sisi penjual dari relasi atas keluarga atau teman bisa terlihat ketika mereka puas dengan ulasan eh layanan dan mereka yang sudah membeli itu memberikan ulasan bintang 5 setelah ulasan itu terjadi antara kami masih berinteraksi lewat chat. Nah, mereka merekomendasikan temannya untuk membeli buku di kanisius mungkin mereka merasa puas dan lebih nyaman dilayani dengan kanisius bisa terindikasi ketika mereka bilang mungkin nanti teman saya atau nanti kakak atau nanti adik saya beli disini. Ada chat chat seperti itu Bisa ditangkap atas kenapa orang itu bisa merekomendasikan indikatornya bisa dilihat dari situ.

Lalu dari kelompok –kelompok yang tadi saya sampaikan ada kelompok referensi, keluarga, sosial ekonomi budaya, peran dan status tadi Menurut sisi penjual kelompok mana yang memainkan peranan penting yang membentuk referensi itu mengarahkan orang itu membeli di kanisius.

Kalau sejauh ini dari pengalaman yang kami lakukan itu yang memainkan peran secara penuh dan signifikan adalah ketika kami bekerjasama atau seminar dalam

seminar nah dalam seminar itu penulis mengarahkan pembeli untuk membeli di marketplace dan kami menawarkan promo pembeli dan mendapatkan harga yang baik tentunya.

Lalu media sosial itu ternyata termasuk kelompok yang memengaruhi orang untuk membeli sebuah produk atau jasa. Gimana pengaruh media sosial dan komunitas online memengaruhi pandangan konsumen dan keputusan pembelian di marketplace resmi PT Kamisius?

Nah untuk yang media sosial online itu peranannya cukup lumayan baik. Nah untuk pertama-tama itu Media sosial cukup baik digunakan untuk memperkenalkan nama toko yang ada awalnya pakai media sosial lebih cepat dan ketika semua orang sudah tau kanisius punya marketplace dan kita sudah rilis orang-orang tau dari media sosial buku Secara otomatis untuk mencari buku atau kebutuhan terbitan kanisius secara tidak langsung dia teringat memori yang dulu oh dulu kanisius sudah pernah menerbitkan marketplace kemudian dia langsung mencari menggunakan media sosial cukup signifikan. Selain media sosial untuk memperkenalkan nama toko dan itu bisa digunakan untuk memperkenalkan seorang afiliator akan bisa bekerjasama dengan kanisius saling menguntungkan dan itu bisa menarik penjual untuk berkunjung di marketplace kita.

Apa perbedaan afiliator dengan influencer?

Menurut saya itu kalau dipandang dalam satu arah itu sama untuk afiliator dengan influencer akan mengiklankan toko kita lewat media sosial dengan keuntungan yang sudah ditawarkan. Kalau afiliator lewat aplikasi langsung jadi kita kerjasamanya pakai aplikasi yang sudah ada, kemudian kalau influencer kita secara apa ya, tatap muka atau ketemu langsung ngobrol negosiasi secara langsung dan kesepakatan diambil kemudian influencer bisa mengerjakannya menggunakan langsung media sosial. Kita belum menggunakan Nota kesepahaman dengan afiliatornya.

Lalu, apakah terdapat kampanye atau kegiatan promosi sosial yang diadakan kanisius yang mempengaruhi konsumen dalam membeli buku terbitan kanisius di marketplace?

Ada ga kampanyenya atau kegiatan sosial Kalau kegiatan promosi sosialnya terjadi di media sosial lagi kegiatan promosi lewat media sosial khusus di instagram youtube kita setiap ada produk yang tampil di dalam foto atau video kita menempelkan nama marketplace kanisius nah itu kampanye yang mempengaruhi memperkenalkan pembeli atas produk produk kita dan bisa menjadi rujukan.

Baik...Faktor sosial oke lalu ke faktor pribadi secara teori didefinisikan sebagai karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan membeli meliputi usia, dan tahap dalam siklus kehidupan, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup dll. Faktor pribadi memiliki pengaruh yang luas pada perilaku konsumen meliputi kebutuhan, motivasi, persepsi, sikap dan gaya hidup.

Faktor usia konsumen dapat mempengaruhi kebutuhan keinginan dan kemampuan untuk membeli produk dan jasa. Lebih banyak orang tua yang membeli daripada anak SMA atau lebih banyak anak kuliah lebih banyak orang tua usia matang

balik ada peran dia di Gereja, sekolah kampus. Pekerjaan konsumen juga dapat mempengaruhi rata-rata konsumen itu pekerjaannya apa Mungkin orang yang punya uang lebih membeli via online, atau tidak ngefek pekerjaan konsumen itu misalkan yang ngefek adalah peran dia di gereja atau peran apa dia di kampus. Bagaimana dia menghabiskan waktunya apa yang diminati dan apa yang dianggap penting Misalnya gaya hidup waktu kosong atau waktu istirahat konsumen dia scroll barang-barang yang ada di marketplace apakah itu penting apa tidak

Kepribdaian konsumen yang lainnya karakteristik yang mendasar yang mempengaruhi perilakunya nilai-nilai yang dianggap konsumen apa yang mendasari baik atau buruk itu kurang lebih gambaran tentang faktor pribadi. Nah pertanyaannya, bagaimana faktor tingkat pendidikan atau profesi mempengaruhi referensi konsumen dan keputusan pembelian PT Kanisius

untuk Faktor pendidikan itu juga untuk pengambilan keputusan pembelian produk kanisius di marketplace cukup lumayan berpengaruh karena rata-rata pembeli yang dimarketplace itu adalah usia dibawah 40 tahun. nah itu adalah yang mempengaruhi dalam pendidikan ketika mereka memang membutuhkan buku tersebut sebagai bahan referensi dalam pendidikan ketika mungkin mereka sedang kuliah dan dosennya memberikan referensi buku kanisius yang sudah ditunjuk itu ya kemudian pribadi tersebut mau tidak mau harus menggunakan buku tersebut nah itu juga berpengaruh. Yang memang dibutuhkan dalam sekolah sekolah seperti SD SMA dan SMP itu ya buku buku agama itu memang dibutuhkan didalam pelajaran sehari-hari dalam keagamaan katolik nah itu salah satunya adalah buku Kanisius pendidikan buku agama kanisius nah itu rata-rata umurnya adalah yang beli sekitar untuk umur SD kan tidak bisa mengakses otomatis yang akan membelikan orang tua atau kakaknya. Nah itu, umur yang membeli dimarketplace sekitar rentangnya 15,16 sampai di bawah 40 tahun. Nah itu mempengaruhinya disitu. Faktor pendidikan memang mempengaruhi yang menjadi pokok dalam suatu pelajaran. Memang dibutuhkan Dan pihak Kanisius sudah bekerjasama dengan sekolah-sekolah tersebut.

Kalau dari profesi misalnya romo profesi prodiakon biarawan biarawati berpengaruh juga ga terhadap proses pembelian buku itu?

Kalau dari sisi profesi itu ya berpengaruh mungkin bisa dikatakan ketika mereka atau pembeli menjadi seorang prodiakon nah di Kanisius juga menyediakan buku tentang panduan menjadi prodiakon dan doa-doa yang bisa menjadi panduan nah salah satu rujukannya buku Kanisius. Nah itu juga sangat berpengaruh ketika juga dia mau mengisi waktu atau member renungan dalam doa-doa nah itu ada salah satu buku dari kanisius yang cukup terkenal dari dulu yaitu inspirasi batin Nah itu salah satu buku yaitu inspirasi batin rujukan-rujukan prodiakon untuk membeli buku di kanisius lewat marketplace.

Lalu apakah gaya hidup itu mempengaruhi konsumen itu dalam proses keputusan pembelian buku di marketplace Kanisius?

Dari sisi gaya hidup. Untuk gaya hidup itu juga mempengaruhi menurut saya ketika orang-orang yang memang orang-orang tua yang punya anak dan orang tua

itu berpikiran bahwa ketika yang berpikiran anaknya ingin apa mengembangkan bakat bakat dari kecil itu anak-anak itu bisa diarahkan membeli buku atau produk produk latihan mewarnai dan buku-buku cerita itu adalah gaya-gaya hidup orang-orang yang memiliki wawasan lebih. Berbeda dengan orang-orang tua yang mungkin tinggal di suatu pedesaan atau pelosok itu kan gaya hidup mereka berbeda nah orang tua akan tidak terlalu memikirkan anak dalam hal menggambar mewarnai bedanya seperti itu lebih ke wawasannya.

Minat dan hobi itu ya berpengaruh, ketika memang si pembeli itu punya hobi membaca dan dia kaya haus ilmu atau memang dia pengen tau hal banyak tentang ilmu-ilmu yang ada di buku nah itu sangat berpengaruh untuk membeli buku atau membeli sesuatu yang untuk dirinya membaca untuk mengisi waktu-waktu luang. Nah hobi-hobi itu sangat berpengaruh.

Baik, lalu apakah bagaimana critical life itu berpengaruh, critical life itu tahapan-tahapan orang mulai dari lahir bayi, anak-naak, lalu remaja, memutuskan menikah, dewasa, menjadi romo bekerja lalu menjadi tua sampai dengan kematian. Apakah ini mempengaruhi pandangan untuk keputusan membeli buku terbitan kanisius?

ee...critical life itu juga mempengaruhi salah satunya pada fase sebagai contoh fase pernikahan nah itu di kanisius menyediakan buku yang bisa digunakan di gereja-gereja seindonesia salah satu yang mempengaruhi pembeliannya bisa di marketplace bisa menyingkat waktu, tenaga yang sdg mempersiapkan pernikahan berlaku juga untuk krisma komuni pertama terus buku yang juga pencatatan baptis sama apa itu juga masuk dalam critical life dan banyak yang mencari dan kanisius dan secara ini memanfaatkan peluang disana.

Lalu, kita ke factor terakhir yaitu psikologi, factor psikologi itu didefinisikan sebagai proses internal didalam diri yang mempengaruhi bagaimana individu memilih, menginterpretasikan, berperilaku dalam kaitannya dengan produk dan jasa. Ada factor-faktor seperti ini motivasi dia membeli karena ada sesuatu. Persepsi itu misalnya aku beli di kanisius aku merasa bukunya asli bukan buku bajakan, atau aku beli di kanisius karena berkualitas, aku beli buku di marketplace karena pelayanan cepat aku beli buku di kanisius karena sangat terbantu informasi yang disampaikan dari admin misalnya begitu. Lalu ada pembelajaran juga, pembelajaran itu oh kemarin beli di kanisius itu aku senang lho karena misalnya kemarin ada halaman yang ga lengkap aku complain langsung ditangani dengan baik. Ada kejadian-kejadian seperti itu. Memori juga, memori memainkan peranan penting dalam memberikan keputusan pembelian apakah ada memori seperti itu yang mempengaruhi pembelian dari konsumen? Memori yang baik atau yang tidak baik sekalipun apakah itu memainkan peran juga dalam keputusan pembelian? Nah ini ada penjelasan tentang motivasi. Motivasi itu adalah dorongan konsumen untuk mencari produk atau jasa yang dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan. Faktor psikologis seperti kebutuhan, keinginan dan nilai-nilai dapat mempengaruhi motivasi konsumen. Persepsi adalah bagaimana konsumen melihat memahami produk dan jasa seperti

perhatian, seleksi, interpretasi dan memori dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Pembelajaran adalah proses konsumen dalam mempelajari tentang produk dan jasa. Memori adalah kemampuan manusia untuk mengingat produk itu seperti yang saya bilang. Apakah ada gambaran? Yang psikologi lebih mudah ya..Bagaimana faktor emosi seperti rasa senang, kenyamanan memberikan peran dalam membuat keputusan pembelian?coba ceritakan

Untuk factor emosi itu factor emosi itu rasa senang, tidak, nyaman karena merasa terlayani . Apakah ada cerita-cerita pengalaman yang sudah terjadi adalah mungkin ketika si pembeli pernah membeli buku dan kami memberikan pelayanan membalaa chat bahkan memberikan diskon yang cukup lumayan bagi si pembeli nah itu mereka otomatis merasa senang dan akan terpicu untuk bertanya buku lain apakah ada diskon atau adakah promo lain? Nah itu factor emosinya mempengaruhi layanan kami ketika memberikan yang terbaik untuk konsumen. Konsumen merasa nyaman, senang itu akan sangat mempengaruhi sehingga timbale baliknya akan kontinyu mereka terus bertanya promo dan selanjutnya kemudian ketika memang promonya memang cocok untuk mereka dia langsung bisa membeli.

Lalu dari factor persepsi konsumen itu apakah mempengaruhi kepuasan atau kebahagiaan mereka yang telah melakukan pembelian buku dimarketplace ?

kalau persepsi dari konsumen itu dalam kalau dilihat dari garis besar itu mereka sangat puas itu digambarkan dalam penilaian bintang mereka terhadap produk kami mereka rata-rata sangat puas nah itu bisa menggambarkan perpektifnya mereka merasa nyaman dan apa yang dibutuhkan itu terpenuhi. Selain itu, pembeli-pembeli lainnya itu melihat ketika mau membeli buku atau produk kanisius itu secara tidak langsung kan orang akan melihat ulasan sebelumnya oh kemarin ada yang membeli ini dan ratingnya bagus nah itu akan otomatis lebih menjadi percaya untuk membeli buku dimarketplace Kanisius. Dan membentuk persepsi.

Lalu apakah ada elemen nostalgia atau hubungan emosional dengan terbitan PT Kanisius

ini kaitannya dengan memori ya, memori itu ada elemen nostalgia oiya kemarin merasa bahagia sekali beli buku ternyata kok dikasih hadiah,

apakah ada carita-cerita tentang itu yang mempengaruhi keputusan pembelian buku di kanisius?

Untuk yang memori kostumer itu yang sudah saya katakan diawal ketika kita memberikan pelayanan yang terbaik dan konsumen merasa sangat puas secara otomatis mereka itu akan terekam dimemorinya si pembeli dan benar ketika mereka beli lagi mereka menjadi sangat ramah kepada kita dan secara loyal untuk membeli buku buku kita. Selain itu, memori yang terjadi komplain dan catatan khusus ada yang rusak atau halaman kosong mereka membuat complain melalui chat atau aplikasi yang sudah ada langsung terlayani dan mereka merasa lebih

baik dan merasa dihormati sebagai konsumen mungkin ya itu adalah memori yang terekam didalam memori mereka dan itu membuat hal positif terhadap kami.

Oke dari semua factor psikologi itu tadi ada factor motivasi, persepsi, pembelajaran, memori kira-kira mana yang paling mempengaruhi atau semua mempengaruhi dan saling berkaitan atau bagaimana?

Menurut saya semuanya itu sangat mempengaruhi dan berkaitan karena emosinya si pembeli adalah emosi yang mungkin tidak selalu stabil. Jadi ee ada yang merasa sangat puas dan hanya puas saja nah itu kembali lagi kepada individu masing-masing. Karena penilaian orang akan berbeda puasnya pembeli yang satu sangat puas pembeli lain hanya puas saja. Untuk perpektif mereka berbeda-beda dan saling mungkin ee akan saling terikat bukan apakah saya akan membeli buku lewat Kanisius dengan melihat ulasan-ulasan yang ada dan pengalaman-pengalaman yang sudah terjadi pada mereka atau layanan-layanan yang sudah diberikan oleh kami kepada mereka.

Baik sudah selesai tetapi ada pertanyaan diluar ini tapi masih berkaitan .

Sudah berapa lama mas Sigit ini bekerja atau bertanggungjawab terhadap marketplace Kanisius ini ?

kurang lebih sudah 3 tahun.

Berarti mulai dari marketplace mulai dibangun sampai sekarang. Belum ada penggantian berarti masih bertahan. Nah ini kan kanisius tidak hanya marketplace dari yang sudah dijawab itu tipekal itu dari factor budaya, sosial , pribadi itu semuanya sama atau ada catatan khusus untuk perbedaan ini? Mungkin ada catatan-catatan khusus ketika dalam mempengaruhi sosial dalam mungkin yang lebih terkenal adalah marketplacanya shopee, shopee iklanpromosinya gila-gilaan pada awalnya itu lebih bisa terkenal atau dikenal oleh public. Dalam sosial lebih terkenal. Kemudian untuk faktor2 yang lain itu geografi juga mempengaruhi ya itu ketika promosi yang dilakukan oleh marketplace berbeda-beda yang akan terkenal yang mudah digunakan dan face dalam aplikasinya dan lebih ramaha tergadap pembeli dan tidak ribet lebih ke shioppe yang lebih simple dan apa ya eee ramah pembeli karena ya aolikasnya bisa digunakan lebih mudah interfacenya lebih mudah dalam penggunaannya. Karena apakah hanya karena mudah saja atau promo yang ditawarkan juga mempengaruhi semua ada yang gratis ongkir, diskon apakah itu juga mempengaruhi referensi konsumen?

Itu juga salah satu juag yang mempengaruhi di setiap iklan di TV atau di Youtube para pemilik marketplace berperang promo potongan ongkir itu sangat berpengaruh para pembeli akan sangat yang sering terlihat antara membeli di shopee, tokopedia, lasada jadi membandingkan sebelum membeli di shopee tidak langsung akan mencoba satu persatu.

Tapi antara faktor itu dengan faktor pelayanannya admin marketplace sebenarnya selama ini konsumen ga mikir diskon dll mungkin aku lebih percaya karena pelayanannya baik.

Kalau pelayanannya ya itu menurut saya imbang karena ketika para pembeli membeli itu membeli apada suatu marketpklace yang sudah ditentukan dan sudah

yakin membeli disitu maka ketika ada suatu masalah mungkin barangnya hilang atau barangnya cacat, nah ketika barangnya hilang pembeli akan diganti uang yang hilang sesuai nominal yang sudah ditransfer. Atau produk yang cacat itu sudah disediakan aplikasi pengembalian dana atau barang penukaran barang seperti itu. Oke berarti imbang ya saling mempengaruhi ya apakah yang harus dilakukan oleh marketplace / penjual.

Nah dari semua ini kira-kira ada yang mau disampaikan mas Sigit? Misalnya ada yang ketinggalan atau ada yang mau ditambahkan? Sesuatu yang ditambahkan sedikit

Marketplace itu bisa berkembang mungkin karena sejauh ini karena adanya pandemi waktu itu menurut saya sangat mendorong digitalisasi dunia jual beli jadi pada waktu itu kebiasaan-kebiasaan para pembeli yang biasa datang ke toko datang langsung ke store store yang ada dimall hilang karena adanya pandemic karena memang adanya aturan aturan pemerintah untuk saling bertemu, berkumpul. Jadi salah satu dorongan untuk terus bisa berjualan, pembeli bisa memenuhi kebutuhannya adalah salah satunya adalah dengan marketplace.

Oke berarti marketplace berkembang awalnya dari pandemic dengan pesat setidaknya merubah ada perubahan perilaku konsumen dalam membeli sebuah produk termasuk kanisius akhirnya mencoba untuk mengembangkan marketplace dan belanja onlinenya ketika waktu itu masa pandemic sesuai dengan tonggak tonggak rahmat kalau dilihat sejarahnya 2020 menerapkan mengembangkan belanja online dan marketplace karena pandemic. terimakasih sudah ditambahkan informasi penting.

Tentang pandangan anda antara buku digital dan buku cetak di era digital ini? sebagai konsumen dan sebagai penjual (staf penjualan) akan memilih yang mana dan apa alasannya?

Pandanganku antara buku digital dan buku cetak di era digital ini perbandingan masih 50:50, buku digital menurutku belum menguasai minat pasar secara dominan walaupun sudah masuk era yang apa apa digital, Faktor yang mempengaruhi buku cetak masih punya pasar mungkin saat ini masih ada generasi yang mempertahankan sisi otentik dan keorisinal sebuah karya tulis/buku, sedangkan peminat buku digital adalah orang orang dengan kebiasaan yang cukup malas membaca sehingga orang tersebut memilih buku digital(audio book) atau orang yang memilih keawetan buku karena buku digital jelas lebih awet karena tidak akan lapuk atau rusak fisik.

sebagai konsumen saya pribadi akan memilih buku digital karena saya adalah salah satu orang yang tidak terlalu gemar membaca sebuah buku, sehingga memilih buku digital karena buku digital bisa dibuka kapan pun tanpa harus repot membawa buku fisik

jadi bisa dibuka ketika ingin membaca lebih simple

kalau sebagai penjual saat ini saya akan memilih buku cetak karena selama ini memang saya hanya menangani buku cetak(belum pernah menangani buku digital) dan faktor dilapangan memang masih ada pasar yang cukup lumayan bagus dan menguntungkan.

tapi beberapa tahun kedepan mungkin saya bisa beralih memilih buku digital mengingat biaya sdm dan tempat penyimpanan buku fisik yang terbatas.

kl di marketplace itu bs jual buku digital ga?

di shopee bisa, cuma aturan aturan tentang buku e-book blm pernah membaca ditahun ini peluangnya masih kecil peminatnya karena buku yang dijual memang biasanya dibaca secara fisik



