

ABSTRAK

Rudiyanto-00000023766

PENGARUH KEBUTUHAN INTEGRATIF PRIBADI, KEKAYAAN MEDIA, MOTIF PELEPASAN KETEGANGAN TERHADAP PENCARIAN INFORMASI KONSUMEN BERRYBENKA

Perkembangan *e-commerce* saat ini sangatlah pesat, di Indonesia sendiri perkembangan *e-commerce* sangatlah pesat bahkan Indonesia menduduki peringkat pertama sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat (databoks.katadata.co.id, 2019). Dari beragam penawaran di *e-commerce*, produk *fashion (fashion e-commerce)* menjadi produk pilihan yang paling populer bagi pembelinya. Saat ini banyak *fashion e-commerce* yang ada di Indonesia, ada yang berasal dari luar negeri ataupun dalam negeri, salah satunya adalah Berrybenka. Meskipun Berrybenka berada pada peringkat kedelapan dalam rata-rata kunjungan web bulanan *fashion e-commerce* pada kuartal II-2020 (databoks.katadata.co.id, 2020) namun Berrybenka memiliki *web bounce rate* yang cukup tinggi dari dua pesaingnya yaitu Zalora dan Sophieparis.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan untuk menguji adanya pengaruh kebutuhan integratif pribadi, kekayaan media dan motif pelepasan ketegangan terhadap pencarian informasi konsumen pelanggan Berrybenka. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* menggunakan 120 responden dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner daring (*online questionnaire*). Pengolahan data menggunakan perangkat lunak *SmartPls* dengan hasil kebutuhan integratif pribadi, kekayaan media dan motif pelepasan ketegangan berpengaruh terhadap pencarian informasi konsumen pelanggan Berrybenka. Implikasi manajerial pada penelitian ini adalah merekomendasikan Berrybenka untuk meningkatkan kualitas produk-produknya dengan benar dan tepat, meningkatkan website dan media sosial menjadi mudah diakses, memberikan informasi terbaru tentang *fashion*, melakukan pembaruan produk sesuai tren kekinian, meningkatkan lingkungan *e-commerce* menjadi *easy to use*, mencoba untuk melibatkan pelanggan seperti memberikan kuis-kuis lucu dan menarik yang mengarah ke produk di media sosial, dan Berrybenka memberikan tempat pada pelanggan untuk memberikan testimoni tentang produk yang sudah dibeli.

Kata Kunci : kebutuhan integratif pribadi, kekayaan media, motif pelepasan ketegangan, pencarian informasi konsumen

Referensi : 87 (2000-2020)