

**Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Produk Melalui Media Online”
(Studi Deskriptif Konsumen Pada Akun Instagram @T3stoore di Kota
Gorontalo)**

*Merti Hajiru, * Yowan Tamu, ** Zulaeha Laisa.*

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRAK

Dunia Pemasaran saat ini semakin modern dengan adanya media online yang dimanfaatkan sebagai alat pemasaran produk. Media online merupakan salah satu media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunanya. Sehingga permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yakni persepsi konsumen pada pemasaran produk melalui media online dalam hal ini pada akun instagram @T3stoore. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan persepsi konsumen pada pemasaran produk melalui media online.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi terhadap para konsumen yang membeli lewat akun @T3stoore, wawancara dengan pemilik akun serta para konsumen, dan dokumentasi yang berhubungan dengan objek penelitian. Konsep *Hierarki Efek* digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan persepsi konsumen pada pemasan produk melalui media online @T3stoore. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen @T3stoore berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh faktor keinginan dan kebutuhan, faktor pengalaman serta faktor informasi. Sehingga setiap orang memiliki pandangan masing-masing terhadap sebuah produk.

Kesimpulannya bahwa akun T3stoore dalam pelayanannya, telah memberikan kepuasan pada *followers* yang telah menjadi konsumen. Namun, selain terjadi kepuasan konsumen, kekecewaan juga tak dapat dihindari. Sehingga saran dalam penelitian ini, akun @T3stoore harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan, serta mempertimbangkan kesesuaian produk yang diunggah dengan barang aslinya.

Kata kunci : Persepsi, Konsumen, Pemasaran, Media Online

**Consumer Perception at Product Marketing through Online Media
(Descriptive Study of Consumer at Instagram account of @T3stoore in City of
Gorontalo)**

*Merti Hajiru, *Yowan Tamu, **Zulaeha Laisa*

Study Program of Communication Science
Faculty of Social Science, State University of Gorontalo

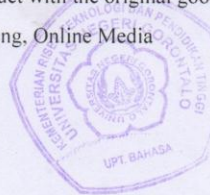
ABSTRACT

The current marketing gets modern due to existence of online media that is functioned as tool of product marketing. Online media is one of Medias used to meet information need for its users. Thus, the problem that is discussed in this research is consumer perception at product marketing through online media which in this case is Instagram account of @T3Stoore. This research aims to describe consumer perception at product marketing through online media.

The research applies observation method towards consumers who buy through account of @T3Stoore, interview with account owner and consumers as well as documentation with things related to research object. Then, Hierarchy Effect concept is used to explain consumer perception at product marketing through online media @T3Stoore. Finding of this research shows that consumer perception of @T3Stoore is varied and they are influenced by factors of desire and need, experience and information. Thus, every man owns different view towards certain product.

Conclusion of the research is that in case of service, account of @T3Stoore has satisfied its followers who have become consumers. However, disappointment is also undeniable. Therefore, account of @T3Stoore is suggested to improve its service quality and consider the suitability of product with the original good.

Keywords: Perception, Consumer, Marketing, Online Media



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING


SKRIPSI TENTANG “PERSEPSI KONSUMEN PADA PEMASARAN
PRODUK MELALUI MEDIA ONLINE”
(Studi Deskriptif Konsumen pada Akun Instagram @T3stoore di Kota Gorontalo)

Oleh

MERTI HAJIRU
NIM : 291413013

Telah Diperiksa dan Disetujui Untuk Diuji


Pembimbing I


Yowan Tamu, S.Ag., MA.
NIP.197708062005012001

Pembimbing II


Zulacha Laisa, S.Sos., M.Si.
NIP.197312142003122 001

Mengetahui :
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Zulacha Laisa, S.Sos., M.Si.
NIP.197312142003122 001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Yang Berjudul
Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Produk Melalui Media Online
(Studi Deskriptif Konsumen Pada Akun Instagram @T3stoore di Kota Gorontalo)

Oleh

MERTI HAJIRU
NIM : 291 413 013

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 06 Desember 2017

Waktu : 09.00-09.30 Wita

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. H. Sukarman Kamuli, M. Si
Nip.196706062000031001

1.

2. Taufik. R. Talalu, S.Pd, M.I.Kom

2.

3. Yowan Tamu, S.Ag., MA
Nip. 197708062005012 001

3.

4. Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si
Nip. 197312142003122 001

4.

Gorontalo, 06 Desember 2017
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Sastro M. Wantu, SH, M.Si
Nip. 19660903 199603 1 001