

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN *CROWDFUNDING***



Disusun oleh:

Raffaele Sancho Ikminto

19.D1.0045

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

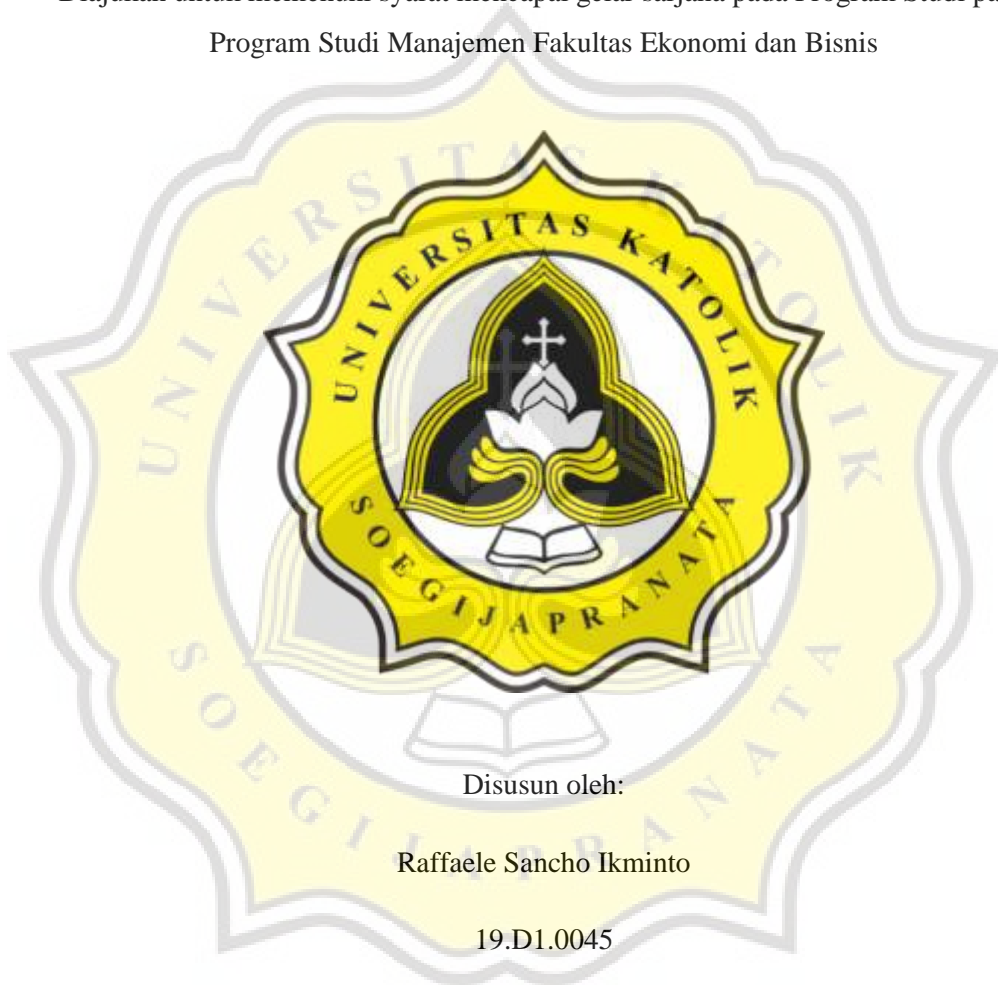
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2023

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN *CROWDFUNDING***

Diajukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana pada Program Studi pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Disusun oleh:

Raffaele Sancho Ikminto

19.D1.0045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

ABSTRAK

Crowdfunding berasal dari bahasa Inggris *crowd* dan *funding* yang masing-masing memiliki arti kumpulan orang dan pendanaan. Secara harafiah, *crowdfunding* memiliki makna pendanaan dari orang banyak untuk tujuan bersama. *Pre-Sales Crowdfunding* adalah salah satu bagian dari *crowdfunding* yang diawali dari proses pembelian produk, penggunaan dana untuk memproduksi, pengiriman, hingga konsumen mendapatkan produk. *Pre-sales crowdfunding* memiliki risiko yang sangat tinggi bagi konsumen seperti tidak adanya jaminan, kualitas produk yang tidak bisa ditebak, hingga risiko hilangnya dana, namun masih banyak konsumen yang mempercayakan dananya untuk membeli produk melalui *crowdfunding*.

Tujuan akhir penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen ketika melakukan keputusan pembelian dengan *pre-sales crowdfunding* setelah mengetahui risiko dalam *crowdfunding*. Variabel yang digunakan berjumlah 28 variabel yang diperoleh melalui *pra-survey* kepada 5 responden yang pernah membeli dengan *crowdfunding* pada komunitas *Facebook* dan *Discord*. Variabel kemudian digunakan untuk menyusun kuesioner yang kemudian dibagikan kepada komunitas *Facebook* dan *Discord* yang pernah membeli produk dengan *crowdfunding* sejumlah 150 responden WNI dan WNA.

Adapun hasil penelitian yang diperoleh adalah Faktor Citra Perusahaan, Faktor Produksi, Faktor Keyakinan, dan Faktor Pengalaman adalah alasan responden membeli produk melalui *crowdfunding* meskipun telah mengetahui risiko dalam *crowdfunding*.

Kata kunci: Crowdfunding, Perilaku konsumen, Keputusan pembelian, Faktor