

Rancangan dan strategi online shopping di internet

Tri Gunarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=77021&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan Online shopping di Internet berkembang sangat pesat, pelanggan dapat melakukan transaksi secara online, tanpa harus datang langsung ke toko yang menjual keperluannya.

Pada tesis ini saya akan membahas mengenai model online shopping yang ada di Internet saat ini, komponen-komponen yang digunakan terutama penggunaan WWW, keuntungannya, kendala yang dihadapi, jenis-jenis produk dan jasa yang dijual. Komponen lain seperti sistem pembayaran yang digunakan, autentikasi, iklan dan promosi, dan masalah keamanan akan dibicarakan sehubungan dengan teknologi Internet yang digunakan.

Sistem online shopping yang akan diterapkan menggunakan Web HTML, dengan memanfaatkan penggunaan browser yang memiliki kemampuan hypertext links dan mendukung multimedia. Topik yang akan dibahas pada rancangan online shopping ini adalah mengenai siapa saja yang terlibat, sistem transaksi yang digunakan, cara validasi, sistem pembayaran, cara pengiriman barang, penghitungan pajak, dan interaksi dari komponen-komponen yang terlibat.

Rancangan dan spesifikasi dari konfigurasi jaringan, software, dan hardware dibutuhkan untuk mewujudkan online shopping ini. Faktor-faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah pemilihan ISP, jumlah pegawai, pelatihan, dan juga perkiraan biaya yang dibutuhkan.

Agar online shopping ini berhasil dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat antara lain membuat kesadaran dan kesetiaan merek, edukasi pasar, hubungan masyarakat, demonstrasi produk, promosi respons langsung, penelitian dan pengembangan, dan memberikan jasa pelayanan dan dukungan bagi pelanggan.

<hr>

The development of online shopping in the Internet is increasing very fast, customers can make online transactions without coming to the real store to order whatever they want.

In this thesis I will discuss about the models of online shopping that exist in the Internet today, components of online shopping especially the usage of WWW, advantages, problems, types of products and services. Other components like billing system, authentication, advertisement and promotion, and security will be discussed in conjunction with the Internet technology.

The online shopping system that will be used in this thesis is using Web HTML, by taking an advantage of browser with the ability to make hypertext links and multimedia. The topics that will be discussed in the design of online shopping are : who are involved, what transactions payment, validation system that will be used.

The design and specification of network configuration, software, and hardware are needed to make the realization of online shopping. Another important factors are how to choose ISP, staffs, training, and cost.

To make a successful online shopping, we have to use the right strategies that called cyber marketing. There are seven big cyber marketing : building brand awareness and loyalty, direct response promotions, market education, product demonstration and distribution, public relations, research and product development, and the last one is service and support to the customers.