

## HALAMAN ABSTRAK DAN ABSTRACT

### ABSTRACT

#### THE EFFECT OF PERCEIVED ENJOYMENT, ECONOMIC BENEFIT, ECOLOGICAL SUSTAINABILITY, SELF-DENIAL IN PURCHASING GOODS AND RISK IN PURCHASING THROUGH INTERNET TOWARDS CONSUMER ATTITUDE AND BEHAVIOR IN THE PROCESS OF PURCHASING USED-DURABLE GOODS THROUGH INTERNET

The transaction of selling and purchasing used goods has penetrated electronic market. There are several e-commerce's companies who accommodate the transaction of used goods in Indonesia. Participation has also come from the middle and high class. Even though the high level of purchasing power of these classes and various financial instrument such as credit card and installment, the transaction still happened. The research will explain attitude and behavior from the reason why people buying used-durable goods through Internet. Variable enjoyment, economic benefit, self-denial in purchasing goods, risk will be used to find out the influence to attitude and ends with the behavior of purchasing used-durable goods through internet.

Keywords: Used durable goods, internet enjoyment, economic benefit, ecological sustainability, self-denial in purchasing goods, risk in purchasing through internet, attitude & behavior.

### ABSTRAK

#### PENGARUH FAKTOR PERSEPSI KESENANGAN, MANFAAT EKONOMI, EKOLOGIS BERKELANJUTAN, PENYANGKALAN DIRI DALAM PEMBELIAN BARANG, DAN RISIKO DALAM PEMBELIAN MELALUI INTERNET TERHADAP SIKAP DAN TINGKAH LAKU KONSUMEN PADA PROSES PEMBELIAN BARANG BEKAS TAHAN LAMA MELALUI INTERNET

Praktik jual beli barang bekas di Indonesia saat ini sudah merambah pasar elektronik. Berbagai perusahaan *e-commerce* yang mengakomodasi proses transaksi jual dan beli barang bekas semakin banyak ditemukan di Indonesia. Partisipasi dalam proses pembelian barang bekas juga sudah merambah masyarakat kelas sosial menengah dan atas. Padahal dengan daya beli yang tinggi dan berbagai instrumen keuangan seperti kartu kredit dan cicilan, pembelian barang bekas seharusnya tidak terjadi. Dalam penelitian ini membahas sikap dan tingkah laku dibalik pembelian barang bekas tahan lama melalui internet. Faktor yang diukur adalah persepsi kesenangan, manfaat ekonomi, ekologis berkelanjutan, penyangkalan diri dalam pembelian barang dan risiko dalam pembelian melalui internet yang mempengaruhi kepada sikap pembelian dan berujung kepada tingkah laku pembelian barang bekas tahan lama melalui internet.

Kata kunci: barang bekas tahan lama, internet, persepsi kesenangan, manfaat ekonomi, ekologis berkelanjutan, penyangkalan diri dalam pembelian barang, risiko dalam pembelian melalui internet, sikap & tingkah laku.