

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA
E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI KASUS DI KELURAHAN SEMOLOWARU, KECAMATAN
SUKOLILO, SURABAYA)**



FAIRUZAH NAJLA IZDIHAR

NBI : 1211800328

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA
E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Di Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Di Ajukan Oleh :

FAIRUZAH NAJLA IZDIHAR

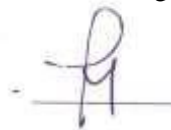
NBI : 1211800328

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Fairuzah Najla Izdihar
NBI : 1211800328
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen di Era Pandemi Covid-19
Dalam Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Di Kelurahan Semolowaru,
Kecamatan Sukolilo, Surabaya)

Surabaya, 04 Juli 2022
Mengetahui/ Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Ida Bagus Cempena, MM

2021.09.20290

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Fairuzah Najla Izdihar
NBI : 1211800328
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen di Era Pandemi Covid-19
Dalam Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Di Kelurahan Semolowaru,
Kecamatan Sukolilo, Surabaya)

Surabaya, 04 Juli 2022


Mengetahui :
Kaprodi Program Studi
Manajemen
Fakultas Ekonomid dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing


Dr. Ulf Pristiana, M.Si.
NPP : 07.141263.01


Dr. Ida Bagus Cempena, MM
2021.09.20290




Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.
NPP : 20220.93.0319

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 15 Juli 2022.

TIM PENGUJI :

1. Dra. Ec. Sri Budi K.MM -Ketua : 
2. Dr. Ida Bagus Cempena, MM -Anggota : 
3. Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, MM -Anggota : 

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.
NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Fairuzah Najla Izdihar
2. NBI : 1211800328
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. Alamat Rumah (KTP) : Raya Patuk no. 36

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19 DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi kasus di kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Surabaya)”. Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 04 Juli 2022

Yang Membuat,



(Fairuzah Najla Izdihar)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa :

Nama : Fairuzah Najla Izdihar

NBI : 1211800328

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19 DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi kasus di kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Surabaya)”.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 04 Juli 2022

Surabaya, 04 Juli 2022

Yang Membuat,



(Fairuzah Najla Izdihar)

MOTTO

"Katakan pada hatimu, rasa takut akan penderitaan justru lebih menyiksa daripada penderitaan itu sendiri, dan tak ada hati yang menderita saat mengejar impian-impianya, sebab setiap detik pencarian itu bisa diibaratkan pertemuan dengan Tuhan dan keabadian."

- Paulo Coelho –

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini akan
kupersembahkan untuk:

Bapak dan ibuku, terimakasih atas limpahan doa, motivasi, semangat yang tinggi,
kasih sayang dan perhatian serta dukungan yang telah diberikan selama ini.

Sahabat-sahabat dan orang tersayang terimakasih atas support dan dukungannya.

Untuk almamaterku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, tempatku mencari ilmu pengetahuan serta
belajar banyak tentang perjalanan hidup.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kurnia-Nya sehingga diberikan kesempatan dalam menyelesaikan karya ilmiah skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen di Era Pandemi Covid-19 Dalam Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *E-commerce* Shopee”. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) dan memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini banyak kesulitan yang dihadapi, namun atas ridho Allah, berkat usaha, do’a, motivasi dari berbagai pihak yang terlibat. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan laporan praktik magang ini, sebagai berikut :

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM selaku pembimbing yang telah banyak membantu memberikan arahan, bimbingan, dan ilmu baru serta wawasannya. Penulis berterima kasih terhadap arahan, bimbingan, dukungan, dan saran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu serta menyelesaikan program sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis ini.
3. Ibu Dra. Ec. Sri Budi K.MM dan Ibu Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, MM. Selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan perbaikan pada skripsi ini.
4. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si.,Ak.,CA. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan selama proses perkuliahan berlangsung.
5. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. Selaku kepala program studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam penelitian karya ilmiah skripsi ini. Terima kasih juga atas bantuan dalam proses kelancaran pembelajaran perkuliahan.
6. Seluruh staff dan karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu dan memberikan kenyamanan dalam proses pembelajaran hingga saat ujian skripsi ini.

7. Kedua Orang Tua saya yang tersayang, telah membantu, mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi sehingga dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.
8. Seluruh teman Keluarga Cemara yang sudah menemani dan membantu masa-masa kuliah sehingga dapat sampai ketahap akhir dalam penyelesaian Skripsi ini. Terima kasih juga telah diberikan banyak kenangan pada masa kuliah.
9. Kepada diri sendiri yang sudah yakin bisa menyelesaikan skripsi ini dengan usaha terbaik pada tepat waktu meski terdapat masalah dan kendala yang harus dihadapi.

Dengan banyak kelebihan dan kekurangan yang ada, penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini hingga penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran jika terdapat tambahan untuk perbaikan menjadi lebih baik.

Surabaya, 04 Juli 2022
Penulis,

(Fairuzah Najla Izdiyar)

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19 DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi kasus di kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Surabaya)

**Oleh :
Fairuzah Najla Izdihar**

Penelitian ini memiliki tujuan dalam mengetahui bagaimana perilaku konsumen pada ibu rumah tangga dan karyawan dalam keputusan pembelian secara online di e-commerce shopee pada saat pandemi covid-19. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana 5 responden ibu rumah tangga dan karyawan yang tinggal di kelurahan Semolowaru menjadi responden dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian setelah pengumpulan data wawancara ditemukannya hasil bahwa perilaku konsumen ibu rumah tangga dan karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor sosial, faktor budaya, dan faktor psikologi. Pandemi covid-19 membuat lingkungan sekeliling berubah yang mengakibatkan perilaku konsumen berubah, perubahan yang dirasakan responden yaitu adanya peningkatan transaksi disaat pemberlakuan PSBB ini dipengaruhi oleh faktor sosial. Kemudian 4 responden memilih menggunakan shopee karena sudah terbiasa menggunakan shopee sejak sebelum pandemi, ini yang membuat responden lebih yakin menggunakan shopee karena pengalaman sebelumnya dan juga para responden mengakui akan tetap aktif menggunakan shopee meski pandemi covid-19 sudah berakhir karena produk yang dijual lebih murah. Pada faktor psikologi dengan sadar para responden memilih shopee karena banyak voucher yang ditawarkan serta gratis ongkos kirim yang meringankan responden hingga dinilai lebih menguntungkan, dan para responden percaya dan yakin terhadap shopee karena seringnya melakukan pembelian, dari banyak pembelian yang dilakukan responden berbelanja hingga mendapat keyakinan.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian Secara Online, E-Commerce Shopee, Pandemi Covid-19

ABSTRACT

***Analysis of Consumer Behavior in the Covid-19 Pandemic Era in Online
Purchase Decisions at Shopee E-Commerce
(Case Study of Semolowaru Village, Sukolilo District, Surabaya)***

By :

Fairuzah Najla Izdihar

This study aims to find out how consumer behavior among housewives and employees makes online purchasing decisions at e-commerce shopee during the covid-19 pandemic. In this study using a qualitative approach where housewives and employees who live in the village of Semolowaru become respondents in this study, data collection is done by means of observation, interviews and documentation. Then after collecting interview data, it was found that the consumer behavior of housewives and employees was influenced by several factors, namely social factors, cultural factors, and psychological factors. The COVID-19 pandemic has changed the surrounding environment which resulted in changing consumer behavior, the changes felt by respondents, namely an increase in transactions when the PSBB was implemented, was influenced by social factors. Then 4 respondents chose to use shopee because they had been used to using shopee since before the pandemic, this made respondents more confident in using shopee because of their previous experience and also the respondents admitted that they would still actively use shopee even though the covid-19 pandemic was over because the products sold were cheaper. On the psychological factor, respondents consciously choose shopee because there are many vouchers offered and free shipping which makes it easier for respondents to be considered more profitable, and respondents believe and believe in shopee because they often make purchases, from many purchases made by respondents, they learn to gain confidence.

Keywords: ***Consumer Behavior, Online Purchasing Decisions, E-Commerce Shopee, The Covid-19 Pandemic***

RINGKASAN

Shopee merupakan salah satu e-commerce terbesar di Indonesia, keberadaan shopee disaat pandemi covid-19 pada pemberlakuan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) dinilai dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan dalam mengetahui bagaimana perilaku konsumen pada ibu rumah tangga dan karyawan dalam keputusan pembelian secara online di e-commerce shopee pada saat pandemi covid-19. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana ibu rumah tangga dan karyawan yang tinggal di kelurahan Semolowaru, kecamatan Sukolilo, Surabaya menjadi responden dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Setelah pengumpulan data wawancara ditemukannya hasil bahwa perilaku konsumen ibu rumah tangga dan karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor sosial, faktor budaya, dan faktor psikologi. Pandemi covid-19 membuat lingkungan sekeliling berubah yang mengakibatkan perilaku konsumen berubah, perubahan yang dirasakan responden yaitu adanya peningkatan jumlah transaksi disaat pemberlakuan PSBB ini dipengaruhi oleh faktor sosial. Kemudian 4 responden memilih menggunakan shopee karena sudah terbiasa menggunakan shopee sejak sebelum pandemi, ini yang membuat responden lebih yakin menggunakan shopee karena pengalaman sebelumnya dan juga para responden mengakui akan tetap aktif menggunakan shopee meski pandemi covid-19 sudah berakhir karena produk yang dijual lebih murah. Pada faktor psikologi dengan sadar para responden memilih shopee karena banyak voucher yang ditawarkan serta gratis ongkos kirim yang memberikan keringanan responden hingga dinilai lebih menguntungkan, dan para responden percaya dan yakin terhadap shopee karena seringnya melakukan pembelian, dari banyak pembelian yang dilakukan responden berbelanja hingga mendapat keyakinan.

SUMMARY

Shopee is one of the largest e-commerce sites in Indonesia, the existence of shopee during the covid-19 pandemic during the implementation of PSBB (large-scale social restrictions) is considered to be able to help the community in meeting their daily needs. So that this study has the aim of knowing how consumer behavior is for housewives and employees in online purchasing decisions at e-commerce shopee during the covid-19 pandemic. In this study using a qualitative approach where housewives and employees who live in the village of Semolowaru, Sukolilo sub-district, Surabaya are respondents in this study, data collection is done by means of observation, interviews and documentation.

After collecting interview data, it was found that the consumer behavior of housewives and employees is influenced by several factors, namely social factors, cultural factors, and psychological factors. The COVID-19 pandemic has changed the surrounding environment which resulted in changing consumer behavior, the changes felt by respondents, namely an increase in the number of transactions when the PSBB was implemented, was influenced by social factors. Then 4 respondents chose to use shopee because they had been used to using shopee since before the pandemic, this made respondents more confident in using shopee because of their previous experience and also the respondents admitted that they would still actively use shopee even though the covid-19 pandemic was over because the products sold were cheaper. On the psychological factor, the respondents consciously chose shopee because there were many vouchers offered and free shipping which provided relief for the respondent so that it was considered more profitable, and the respondents believed and believed in shopee because of the frequent purchases made by the respondents. .

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
RINGKASAN	xiv
SUMMARY	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3.2 Alat Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Perilaku Konsumen	9
2.1.5 Model Perilaku Konsumen	10
2.1.6 Keputusan Pembelian Secara Online	11
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian Secara Online	11

2.1.6.2 Model Keputusan Pembelian Secara Online.....	13
2.1.6.3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online	14
2.1.7 E-commerce Shopee	17
2.1.8 Pandemi Covid-19	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Fokus Penelitian	27
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2 Waktu Penelitian.....	28
3.4 Sumber Data	28
3.5 Populasi dan Sampel	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	29
3.8 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.2. Analisis Perilaku Konsumen di Era Pandemi Covid-19 dalam Keputusan Pembelian Secara Online pada <i>E-Commerce</i> Shopee.....	35
4.2.1 Faktor Sosial.....	36
4.2.1.1 Lingkungan Disaat Pandemi Covid-19 Mendorong Responden Aktif Menggunakan Shopee.....	36
4.2.2 Faktor Budaya.....	38
4.2.2.1 Para Responden Menggunakan Shopee Karena Sebelum Pandemi Covid-19 Pernah Menggunakan Shopee	38
4.2.2.2 Budaya Membeli Secara Offline Sebelum Pandemi Covid-19 Berubah Menjadi Membeli Secara Online Meskipun Pandemi Sudah Berakhir	40
4.2.3 Faktor Psikologi.....	42
4.2.3.1 Diskon Yang Diberikan Shopee Memberikan Kemudahan Untuk Memenuhi Kebutuhan.....	42
4.2.3.2 Timbulnya Pengalaman Membuat Responden Lebih Percaya Berbelanja Menggunakan Shopee	44
BAB V PENUTUP	47

5.1 Simpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	11
Gambar 2. 2 Proses Pengambilan Keputusan	13
Gambar 2. 3 Hasil Riset iPrice Q2.....	18
Gambar 2. 4 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1 Peta kecamatan Semolowaru	34
Gambar 4. 2 Kampanye Shopee 12.12.....	42
Gambar 4. 3 Voucher promo dan gratis ongkir shopee.....	43
Gambar 4. 4 Voucher promo dan gratis ongkir shopeefood.....	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Daftar Penduduk Kelurahan Semolowaru.....	33
Tabel 4.2 Daftar Responden Penelitian.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	54
Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara.....	57
Lampiran 3 Foto Dokumentasi	67
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	68
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi	69
Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin Jurnal Skripsi.....	70