

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ONLINE SAAT
PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS MAHASISWA DI KOTA BOGOR)**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

NATASHA ANGGITA PUTRI

1171001021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Natasha Anggita Putri

NIM : 1171001021

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Januari 2022

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Natasha Anggita Putri

NIM : 1171001021

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Online Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Bogor)

Telah berhasil di pertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang di perlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Gunardi Endro, Ph.D.

()

Penguji 1 : Aurino Rilman A. Djamaris Ir., MM

()

Penguji 2 : Dr. Jerry Heikal, S.T., M. M

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Januari 2022

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang ditentukan berjudul “**Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Online Saat Pandemi Covid-19**”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Bakrie.

Penulis menyadari, bahwa laporan yang dibuat ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penyusunan, bahasa, maupun penulisannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun. Dengan mengharapkan laporan yang telah dibuat ini bisa memberikan manfaat untuk perkembangan dan ilmu pengetahuan bagi berbagai pihak.

Selama proses penulisan dan penyelesaian proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa

Penulis senantiasa mengucapkan syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu.

2. Keluarga

Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada keluarga penulis yaitu, Ayah, Mama, Kak Nindy, Gita, yang selalu memberi dukungan dan doa-doa untuk berusaha semaksimal mungkin kepada penulis selama menjalankan penyusunan skripsi ini sampai dengan penyusunan ini selesai.

3. Bapak Ir. Gunardi Endro, Ph.D.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Gunardi selaku dosen pembimbing sudah memberikan saran dan masukan yang baik kepada penulis selama menjalankan dan menyusun sehingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Aurino Rilman A. Djamaris Ir., MM

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Aurino selaku dosen pembahas sudah memberikan saran dan masukan yang baik kepada penulis selama menjalankan dan menyusun sehingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Dosen / Pengajar

Bapak/Ibu Dosen pengajar di Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu selama menuntut ilmu di Universitas Bakrie.

6. Teman – Teman

Terima kasih kepada teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Saudara

Saudara dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan agar segera lulus dan meraih cita-cita.

8. Pihak Lain

Berbagai pihak lain yang ikut mendukung dalam proses penyusunan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membacanya. Akhir kata semoga kita semua dalam lindungan Allah SWT membalas segala kebaikan bapak/ibu/saudara/I sekalian.

Jakarta, 19 Januari 2022

Penulis,



Natasha Anggita Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Natasha Anggita Putri
NIM : 1171001021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksektif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya ini yang berjudul :

“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS MAHASISWA DI KOTA BOGOR)”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatika, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Bogor

Pada Tanggal : 19 Januari 2022

Yang menyatakan,



(Natasha Anggita Putri)

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS MAHASISWA DI KOTA BOGOR)

Natasha Anggita Putri

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 mendorong seseorang untuk beraktivitas di rumah, termasuk berbelanja. Saat ini berbelanja *online* sudah menjadi kegiatan yang dipilih agar tidak keluar rumah. Hal ini menjadi salah satu faktor yang memaksa terjadinya perubahan orientasi konsumen ke arah digital dan memanfaatkan layanan *online* seperti *e-commerce* dan media sosial. Penawaran dan fitur-fitur yang diberikan baik dari *e-commerce* maupun media sosial mampu menarik konsumen, terutama mahasiswa, dan akhirnya memungkingkan mereka memercayai layanan *online* untuk terus digunakan. Tujuan penelitian ini adalah menyelidiki perubahan perilaku mahasiswa sebagai konsumen dalam menggunakan layanan *online* dan menemukan alasan mereka beralih ke platform digital. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus kolektif. Subjek penelitian adalah mahasiswa yang tinggal di Kota Bogor dan menjadi pelaku konsumen. Melalui wawancara mendalam, hasil yang didapatkan adalah adanya perubahan signifikan yang dialami mereka selaku konsumen, seperti misalnya: memiliki intensitas perhatian yang sangat tinggi pada perbandingan harga dan testimoni pembeli saat pra-pembelian, menjadikan kemudahan bertransaksi sebagai faktor utama saat memutuskan pembelian, dan sensitif terhadap tingkat kepuasan bertransaksi pada paska-pembelian. Kemudahan bertransaksi menjadi alasan utama mereka beralih ke platform digital.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Mahasiswa, Belanja Online, Layanan Online, Pandemi Covid-19

ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN ONLINE PURCHASES DURING THE COVID-19 PANDEMIC (STUDENT CASE STUDY IN BOGOR CITY)

Natasha Anggita Putri

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has encouraged people to do activities at home, including shopping. Currently shopping online has become an activity that is chosen so as not to leave the house. This is one of the factors that forces a change in consumer orientation towards digital and utilizing online services such as e-commerce and social media. The offers and features provided by both e-commerce and social media are able to attract consumers, especially students, and ultimately enable them to trust online services to continue to use. The purpose of this study is to investigate changes in student behavior as consumers in using online services and find out the reasons they switch to digital platforms. This research is a qualitative research using a collective case study method. The research subjects are students who live in the city of Bogor and become consumer actors. Through in-depth interviews, the results obtained are significant changes experienced by them as consumers, such as: having a very high intensity of attention on price comparisons and buyer testimonials during pre-purchase, making ease of transaction a major factor when deciding on a purchase, and being sensitive to level of transaction satisfaction at post-purchase. The ease of transacting is the main reason they switch to digital platforms.

Keywords: *Consumer Behavior, Students, Online Shopping, Online Services, Covid-19 Pandemic*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	2
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	3
KATA PENGANTAR.....	4
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	6
ABSTRAK	7
ABSTRACT.....	8
BAB I PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang Masalah.....	11
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2 Pentingnya Perilaku Konsumen	17
2.1.3 Dimensi Perilaku Konsumen	18
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
2.1.5 Tahapan Perilaku Konsumen	22
2.2 Belanja Online	24
2.2.1 Perilaku Belanja Online	24
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online	25
2.3 Layanan Online.....	27
2.3.1 E-Commerce	27
2.3.2 Media Sosial.....	28
2.4 Keputusan Pembelian.....	29
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.4.2 Proses Keputusan Pembelian	29
2.5 Kualitas Produk.....	30
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	30
2.5.2 Dimensi Kualitas Produk	31
2.6 Pengaruh Pandemi Covid-19	32

2.7 Penelitian Terdahulu	33
2.8 Kerangka Kerja Penelitian	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Objek Penelitian.....	35
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Sumber Data.....	36
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Operasionalisasi Variabel	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Pembelian Online Saat Pandemi Covid-19	42
4.1.2 Gambaran Umum Mahasiswa di Kota Bogor Sejak Pandemi Covid-19	43
4.2 Gambaran Subjek Penelitian.....	44
4.3 Tabel Deskripsi Hasil Penelitian.....	51
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan	55
4.4.1 Perilaku Konsumen Sebelum Pembelian Online (Dimensi Pra Pembelian)	55
4.4.2 Perilaku Konsumen Selama Pembelian Online (Dimensi Pembelian).....	57
4.4.3 Perilaku Konsumen Setelah Pembelian Online (Dimensi Pasca Pembelian)	58
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66
LAMPIRAN 1 Protokol Wawancara	66
LAMPIRAN 2 Hasil Wawancara	71
LAMPIRAN 3 Dokumentasi	131