



**STUDI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMESAN
MAKANAN MENGGUNAKAN *SHOPEEFOOD* DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika

oleh

**Obed Victor
111.18.015**

PEMBIMBING:

Martinus Rukismono, SE., MM

NIP: 111/03.70/09.95/019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
2022**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pimpinan-Nya kepada kita semua sehingga kita masih dapat hidup dan beraktivitas hingga hari ini, serta hikmat-Nya yang Ia berikan kepada penulis sehingga saya dapat melaksanakan Skripsi/Tugas Akhir ini dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul Studi perilaku konsumen dalam memesan makanan menggunakan shopeefood di Surabaya.

Adapun alasan penulis melakukan penelitian tersebut adalah karena, penulis ingin meneliti bagaimana perilaku konsumen dalam memesan menggunakan shopeefood di Surabaya. Melalui penelitian ini, penulis ingin memberikan solusi terhadap restoran yang belum menggunakan layanan shopeefood, serta membeberkan apa yang sebenarnya terjadi di masyarakat di jaman sekarang dalam hal pemesanan makanan.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Arief Budiman, B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya
2. Erwin Rediono Tan, MBA. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah berkenan untuk menguji dan memberikan tambahan ilmu, serta solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan demi penyempurnaan penulisan skripsi ini.
3. Dr. Erna Ferrinadewi, S.E.,M.M selaku Kepala Progran Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Dosen pembimbing dua skripsi yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
4. Martinus Rukismono S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi satu yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi program studi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan perhatian dan memberikan doa serta dukungan tanpa henti baik dari segi moral, spiritual, dan material
7. Teman – teman seperjuangan Manajemen angkatan tahun 2018 : Ayub Evan, Robin Sachio, Jordy Dermawan, Bodhi Dharma, Paulina, Fransiska Silalahi yang selalu meluangkan waktunya untuk memberi dukungan, saran, dan doa kepada penulis
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian Skripsi ini saya buat dengan sebaik dan sejujur mungkin, sehingga tidak akan terkena unsur plagiatisme. Akhir kata, saya ucapkan terimakasih pada Bapak/Ibu dosen pembimbing yang membimbing saya dalam proses pengerjaan Skripsi ini, dan dosen penguji yang telah menguji saya dengan sebaik mungkin sehingga saya menjadi lulusan mahasiswa yang benar-benar berkualitas. Permohonan maaf yang sebesar-besarnya saya ajukan apabila terdapat kesalahan penulisan kata, kalimat, ataupun simbol yang terdapat pada Skripsi ini.

Surabaya, 17 Mei 2022

Penulis,

Obed Victor

ABSTRAK

Obed Victor,

Skripsi

Studi Perilaku Konsumen dalam Memesan Makanan Menggunakan *shopeefood* di Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana perilaku konsumen dalam memesan makanan menggunakan *Shopeefood* di Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian membuktikan bahwa perilaku konsumen dalam memesan makanan menggunakan *Shopeefood* didasari oleh kebiasaan, serta prinsip ekonomi yang tentunya dijalankan oleh setiap orang untuk mendapatkan keuntungan maksimal dengan usaha minimal.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Kebiasaan, Prinsip Ekonomi, Keuntungan Maksimal, Usaha Minimal

ABSTRACT

Obed Victor

Thesis

Study of Consumer Behavior in Ordering Food Using ShopeeFood in Surabaya

This study aims to study consumer behavior in ordering food using shopeefood in Surabaya. The sample used in this study was 10 people using a non-probability sampling technique with purposive sampling method.

The results of the study prove that consumer behavior in ordering food using shopeefood is based on habits, as well as economic principles which are of course carried out by everyone to get maximum profit with minimal effort.

Keywords : *Consumer Behavior, Habits, Economic Principles, Maximum Profits, Minimum Effort*

UWIKKA

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas dan Persetujuan Publikasi	i
Halaman Berita Acara Pengesahan Sidang Akhir Skripsi	ii
Halaman Persetujuan Sidang Akhir Skripsi	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Lingkup Penelitian	5
1.6 Sistematika Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Dito Dewartantya dan Derajad Sulistyو Widhyarto	6
2.1.2 Lisnawati, Aslamia Rosa, Dessy Yunita, Hartati	7
2.1.3 Yeti Octavia	8
2.1.4 Zahita Cahyani, Rahmat Nurcahyo, Farizal	8
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	9
2.2.1 Persamaan Penelitian	9
2.2.2 Perbedaan Penelitian	9
2.3 Landasan Teori	10
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	10

2.3.1.1	Proses Pembentukan Perilaku Konsumen.....	11
2.3.1.2	Teori Perilaku Konsumen.....	13
2.3.1.3	Model Perilaku Konsumen.....	13
2.3.1.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
2.3.1.5	Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	23
2.3.1.6	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2	Perilaku Konsumen Era Digital (<i>Digital Consumer Behavior</i>)	30
2.3.2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen di Era Digital.....	32
2.3.3	Pengertian Motivasi Konsumen.....	33
2.3.3.1	Jenis-jenis Motivasi.....	34
2.3.3.2	Teori Motivasi.....	34
2.3.3.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen.....	36
2.3.3.4	Motif-motif Pembelian Konsumen.....	38
2.3.4	Pengertian Minat Pembelian Konsumen.....	39
2.3.4.1	Dimensi Minat Pembelian Konsumen.....	41
2.3.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen	41
2.3.4.3	Tahapan Minat Pembelian Konsumen.....	45
2.3.4.4	Minat Pembelian Ulang Konsumen.....	48
2.3.4.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen.....	48
2.3.5	Definisi <i>Shopeefood</i>.....	50
2.3.5.1	Kelebihan <i>Shopeefood</i>	50
2.3.5.2	Kekurangan <i>Shopeefood</i>	51
2.3.5.3	Metode Pembayaran <i>Shopeefood</i>	51
2.3.5.4	Cara Memesan Makanan dengan <i>Shopeefood</i>	52
2.4	Kerangka Penelitian	53
BAB III	METODE PENELITIAN	54
3.1	Jenis Penelitian	54

3.2 Jenis dan Sumber Data	55
3.3 Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.1 Observasi (pengamatan)	55
3.3.2 Metode In-Depth Interview (wawancara)	55
3.3.3 Dokumentasi	56
3.4 Populasi dan Sampel	58
3.4.1 Populasi	58
3.4.2 Sampel	58
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	59
3.6 Metode Analisis Data	60
BAB IV PEMBAHASAN	62
4.1 Deskripsi Narasumber	62
4.2 Deskripsi Hasil Wawancara	62
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Produk yang Sering di beli di Shopeefood	70
4.3.2 Alasan Keputusan Pembelian Makanan Bera	71
4.3.3 Alasan Menggunakan Shopeefood	72
4.3.4 Sumber Informasi Mengenai Shopeefood	73
4.3.5 Kebiasaan Penggunaan Shopeefood	74
4.3.6 Kesan Menggunakan Shopeefood	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

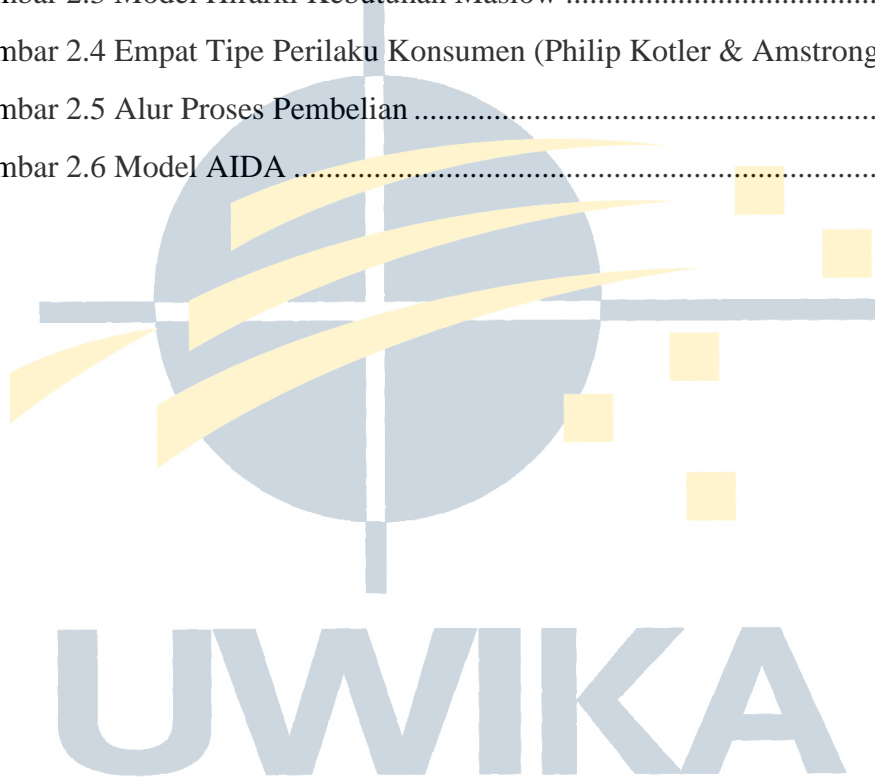
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Saat ini.....	9
Tabel 4.1 Tabel Deskripsi Narasumber dari Hasil Penelitian	62
Tabel 4.2 Produk yang Dibeli di Shopeefood.....	63
Tabel 4.3 Alasan Pembelian Produk.....	64
Tabel 4.4 Alasan Penggunaan Shopeefood.....	65
Tabel 4.5 Sumber Informasi Mengenai Shopeefood.....	66
Tabel 4.6 Pertama kali Menggunakan Shopeefood.....	66
Tabel 4.7 Kebiasaan Penggunaan Shopeefood.....	67
Tabel 4.8 Lokasi Pemesanan Menggunakan Shopeefood.....	68
Tabel 4.9 Kesan Menggunakan Shopeefood.....	69



UWIK

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjung Bulanan Situs e-commerce (Kuartal III 2020).....	1
Gambar 1.2 Tampilan Pilihan Merchant shopeefood	2
Gambar 1.3 Transaksi Fintech Pembayaran Juni - Agustus 2020	3
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Assael	14
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen Nicosia.....	16
Gambar 2.3 Model Hirarki Kebutuhan Maslow	17
Gambar 2.4 Empat Tipe Perilaku Konsumen (Philip Kotler & Amstrong ...)	24
Gambar 2.5 Alur Proses Pembelian	26
Gambar 2.6 Model AIDA	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi I.....	120
Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi II	121
Daftar Riwayat Hidup.....	122
Draft Artikel Ilmiah.....	123

