



**PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MASKER MEDIS SENSI DALAM  
PLATFORM BISNIS ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**Inneke Florenisia Dharma Lianto**

**11119027**

**PEMBIMBING**

**Dr.Erna Ferrinadewi,S.E.,M.M**

**NIP:111/02.76/04.06/021**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA**

**2023**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa bahwasanya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Manajemen di Universitas Widya Kartika. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “ **Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Masker Medis Sensi Dalam Platform Bisnis Online Shopee** “. Pada penelitian ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, Pihak tersebut diantaranya yaitu :

1. Yth. Bapak F.Priyo Suprobo,ST,MT., selaku Rektor Univ. Widya Kartika
2. Yth. Bapak Arief Budiman B.S.,M.M., selaku Dekan Univ. Widya Kartika
3. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 1
4. Yth. Bapak Muis Murtadho SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 2
5. Yth. Bapak Prof. Dr. Drs.Ec. Herman Budi Sasono, M.M.
6. Yth. Bapak Erwin Rediono Tan, MBA
7. Yth. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika.
8. Yth. Orang tua, saudara, teman serta informan yang telah membantu peneliti dalam penyusunan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka dengan demikian peneliti mengharapkan saran serta kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak orang khususnya penjual baru yang ingin memasuki platform online shopee. Diharapkan dengan adanya kritik dan saran tersebut penelitian ini bisa dikembangkan lagi untuk kedepannya.

Surabaya, 14 Mei 2023

Peneliti

## ABSTRAK

Di dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa adanya masalah pandemi Covid - 19 yang membuat usaha offline mengalami banyak penurunan dari segi penjualan. Dengan demikian banyak penjual offline yang berlarian ke bisnis online shopee melihat peluang yang besar akan adanya platform bisnis online tersebut. Dengan banyaknya masyarakat yang memilih menggunakan platform shopee membuat para penjual berlarian untuk membangun bisnis nya di platform online ini. Akan tetapi hal tersebut tidaklah mudah karena banyaknya penjual di platform shopee ini membuat para penjual baru yang ingin memasuki platform shopee ini mengalami kesulitan. Maka melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apa faktor yang mendasari pembeli memutuskan pembeliannya. Maka dengan demikian dengan mengetahui faktor yang dipertimbangkan tersebut menjadi masukan untuk para pebisnis baru yang ingin memasuki platform online shopee ini agar bisa bersaing dengan kompetitor yang ada.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif . Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara 5 informan terpilih yang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini pun data yang didapatkan dari hasil wawancara disajikan dalam bentuk deskriptif yang mendalam dengan hasil bahwa terdapat 4 faktor yang dipertimbangkan pembeli memutuskan pembeliannya, Faktornya yaitu : faktor Psikologis, faktor kualitas produk, faktor harga, faktor produk knowledge.

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

# UWIKKA

## **ABSTRACT**

*In this research, researchers see that there is a problem with the Covid - 19 pandemic which has made offline businesses experience a large decline in terms of sales. Thus, many offline sellers who run to the online shoppe business see a great opportunity for this online business platform. With so many people choosing to use the shopee platform, sellers are running to build their business on this online platform. However, this is not easy because there are many sellers on the Shopee platform, making it difficult for new sellers who want to enter the Shopee platform. So through this research, researchers want to know what factors underlie buyers decide to buy. So knowing the faktors considered is input for new business people who want to enter the online shopee platform so they can compete with existing competitors.*

*This research uses a qualitative descriptive research method. The data collection technique used was through interviews with 5 selected sources who met the criteria determined by the researcher. In this research, the data obtained from the interview results are presented in an in-depth descriptive form with the result that there are 4 faktors that are considered by buyers when deciding to buy. The faktors are: psychological faktors, product quality faktors, price faktors, product knowledge faktors.*

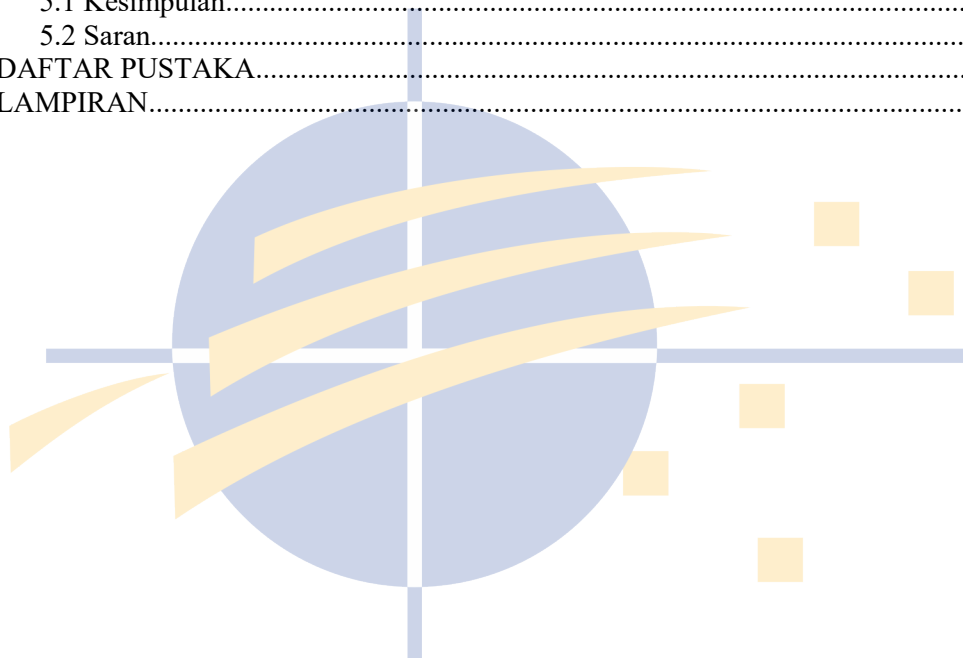
*Keywords: Consumer Behavior, Purchase Decision*

**UWIKKA**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	11
1.3 Tujuan penelitian.....	11
1.4 Manfaat penelitian.....	11
1.5 Ruang lingkup penelitian.....	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Dimas Yoga Pamungkas ( 2017 ) ( Tesis ).....	13
2.1.2 Rani Rifani Arifuddin ( 2018 ) ( Tesis ).....	14
2.2 Perbedaan Penelitian.....	14
2.3 Tinjauan Pustaka.....	16
2.3.1 Manajemen pemasaran.....	16
2.3.1.1 Promosi untuk produk knowledge.....	17
2.3.1.2 Kualitas produk.....	19
2.3.1.3 Harga.....	21
2.3.2 Pengertian konsumen & jenis konsumen.....	23
2.3.3 Perilaku konsumen.....	24
2.3.3.1 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	25
2.3.3.2 Proses pembentukan perilaku konsumen.....	29
2.3.4 Keputusan pembelian.....	30
2.3.4.1 Proses atau tahapan keputusan pembelian.....	31
2.3.5 Pengertian Eccomers.....	32
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Populasi & Sampel.....	37
3.3 Sumber & Jenis Data.....	38
3.4 Informan.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Wawancara.....	40
3.5.2 Dokumentasi.....	40
3.6 Teknik Analisa Data.....	40
BAB IV.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Kriteria Informan.....	43
4.2 Hasil Wawancara.....	44
4.2.1 Informan Lia Agustina.....	45

4.2.2 Informan Boy Sidharta.....	47
4.2.3 Informan Fadhila Nur Adisty.....	49
4.2.4 Informan Lilyana Atan.....	51
4.2.5 Informan Denny Tjandra.....	53
4.3 Analisa Wawancara.....	55
4.3.1 Faktor Psikologis.....	56
4.3.2 Faktor Kualitas Produk.....	58
4.3.3 Faktor Harga.....	60
4.3.4 Faktor Produk Knowledge.....	62
BAB V.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	70



**UWIKKA**