



**PERILAKU BELANJA *ONLINE* KONSUMEN SAAT
BULAN RAMADHAN PADA PRODUK PAKAIAN
MUSLIM DI SURABAYA ERA *NEW NORMAL* 2021**

SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana S1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika

Oleh :

**Silviani Candra
NRP: 11119002**

PEMBIMBING

Dr. Erna Ferrinadewi, SE, MM

NIP: 111/02.76/04.06/021

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

SURABAYA

2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmatnya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Perilaku Belanja *Online* Konsumen Saat Bulan Ramadhan Pada Produk Pakaian Muslim di Surabaya Era *New Normal* 2021“. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Studi-S1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Kartika. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak F.Priyo Suprobo,ST,MT., selaku Rektor Universitas Widya Kartika
2. Yth. Bapak Arief Budiman B.S.,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika
3. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika dan selaku Dosen Pembimbing 1
4. Yth. Bapak Muis Murtadho SE., MM.
5. Yth. Bapak Prof. Dr. Drs.Ec. Herman Budi Sasono, M.M.
6. Yth. Bapak Erwin Rediono Tan, MBA dan selaku Dosen Pembimbing 2
7. Yth. Segenap Dosen program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Widya Kartika.
8. Yth. Kepada kedua Orang tua, adik, saudara, peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih atas bimbingan, dukungan, dan doa yang selalu di berikan.
9. Sahabat-sahabat manajemen seangkatan yang sudah memberikan semangat dan dukungan.
10. Sahabat-sahabat dekat peneliti di luar Universitas Widya Kartika yang sudah memberikan dukungan, bantuan dan juga semangat kepada peneliti.

Peneliti menyadari proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Surabaya, 24 Juli 2023



Penulis

ABSTRAK

Silviani Candra

Skripsi

Perilaku Belanja *Online* Konsumen Saat Bulan Ramadhan Pada Produk Pakaian Muslim di Surabaya Era *New Normal* 2021

Perilaku belanja *online* pada saat era *new normal* membuat dampak yang sangat besar bagi masyarakat. Di Surabaya. Ketakutan masyarakat yang masih menempel karena adanya virus covid-19 membuat masyarakat masih was was untuk menjalani belanja secara *offline*. Jumlah *online* shop yang semakin banyak pun memunculkan animo masyarakat untuk lebih memilih belanja secara *online*. Kemajuan teknologi serta kemudahan dalam mengakses *website* toko *online* menjadi faktor pendukung yang melahirkan banyaknya *online* shop sekarang ini. Sistem belanja secara *online* berbeda dengan belanja langsung di toko, dalam belanja *online* pada *online* shop pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual. Pada pembayaran belanja *online* pembeli harus mentransfer sejumlah uang melalui ATM kepada penjual. Belanja secara *online* ini dipilih karena memiliki banyak keuntungan bagi masyarakat. Beberapa keuntungan yang menjadi faktor mahasiswa memilih belanja secara *online* adalah lebih hemat waktu, model barang yang ditawarkan lebih bervariasi, lebih update tipe barang, serta lebih murah dibandingkan dengan harga di toko.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku belanja *online* konsumen terhadap pakaian muslim era *new normal* 2021. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisa deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan mewawancarai 10 narasumber. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa perilaku belanja *online* konsumen era *new normal* ini berbeda dengan perilaku belanja *online* konsumen saat ini dimana konsumen.

Kata kunci: konsumen, perilaku konsumen, keputusan pembelian, faktor sosial

UWIKKA

ABSTRACT

Silviani Candra

Thesis

Consumer Online Shopping Behavior During The Month Of Ramadhan On Muslim Clothing Products In Surabaya New Normal Era 2021

Online shopping behavior during the new normal era has had a huge impact on society. In Surabaya. The fear of the people who are still attached because of the Covid-19 virus makes people still anxious to do shopping offline. The increasing number of online shops has also raised public interest to prefer shopping online. Advances in technology and the ease of accessing online shop websites are the supporting factors that have given birth to the many online shops today. The online shopping system is different from shopping directly at the store, in shopping online at the online shop the buyer does not meet face to face with the seller. When paying for online shopping the buyer must transfer some money through an ATM to the seller. Online shopping is chosen because it has many advantages for society. Some of the advantages that are a factor for students choosing to shop online are that it is more economical time, the model of goods offered is more varied, more updated types of goods, and cheaper than prices in stores.

This research aims to find out how consumers' online shopping behavior is towards Muslim clothing in the new normal 2021 era. This research uses qualitative methods with descriptive analysis techniques. Data collection techniques in this study by interviewing 10 sources. The sampling technique used purposive sampling method. The results of this study found that the online shopping behavior of consumers in the new normal era is different from the online shopping behavior of consumers today where consumers.

Keywords: consumers, consumer behavior, purchasing decisions, social factors.

UWIKKA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
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 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Lina Ayu Safitri (2020).....	6
2.1.2 Arhadian Roliansyah (2022)	6
2.2 Persamaan Dan Perbedaan	7
2.3 Landasan Teori.....	7
2.3.1 Konsumen	8
2.3.2 Teori Perilaku	8
2.3.3 Perilaku Belanja <i>Online</i>	9
2.3.3.1 Belanja Online	11
2.3.3.2 Karakteristik Website	12
2.3.4 Pentingnya Perilaku Konsumen	17
2.3.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
2.3.5.1 Kebudayaan	18
2.3.5.2 Kelas Sosial	19
2.3.6 Keputusan Pembelian.....	23
2.3.7 Proses Keputusan Pembelian Proses keputusan pembelian	24
2.3.8 Proses Pengambilan Keputusan	27

2.3.9 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
2.3.10 Pemasaran	32
2.3.11 Definisi Efisiensi.....	34
2.3.12 Definisi Harga.....	35
2.3.13 Jenis-Jenis <i>Marketplace</i>	35
2.3.14 <i>E-Commerce</i>	37
2.3.15 Era <i>New Normal</i>	41
2.3.16 Bulan Ramadhan.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Lokasi Penelitian.....	49
3.3 Sumber Data.....	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.5 Narasumber.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Objek Penelitian	54
4.1.1 Pakaian Muslim	54
4.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	55
4.3 Deskripsi Narasumber.....	56
4.4 Deskripsi Hasil Wawancara.....	57
4.5 Pembahasan.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82
DRAFT ARTIKEL ILMIAH.....	83
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI	90