



**PERILAKU KONSUMEN BELANJA ONLINE DI SOLID FASHION –
SHOPPE PASCA PANDEMI COVID**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika

Dibuat oleh :

Theresia Dharma Lianto

11120034

UWIKA

**PROGAM 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 Belanja Online Di Solid Fashion – Shoppe Pasca Pandemi Covid “. 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. WidyaKartika
3. Yth. Bapak Erwin Rediono Tan, MBA selaku Dosen Pembimbing 1
4. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 2
5. Yth. Bapak Muis Murtadho SE., MM.
6. Yth. Bapak Diki Putra Setianto, S.M., M.Sc.
7. Yth. Bapak Prof. Dr. Drs.Ec. Herman Budi Sasono, M.M.
8. Yth. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika.
9. 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, 12 Desember 2023

Peneliti

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini mengenai Perilaku konsumen Belanja Online di Solid Fashion – Shoppe Pasca Pandemi Covid. Di dalam skripsi ini membahas mengenai awal mula munculnya Covid yang sangat berbahaya sehingga orang takut untuk keluar rumah dan memilih belanja online. Belanja online merupakan solusi terbaik pada waktu itu sehingga penjualan di dalam Toko Online Solid Fashion Shoppe menjadi meningkat pesat, Tetapi seiring berjalannya waktu pada tahun 2023 sudah termasuk era new normal sehingga ada beberapa orang yang sudah menjalankan kegiatan seperti sedia kala, sehingga penjualan di Toko Online Solid Fashion menjadi menurun. Maka melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui hal apa yang di inginkan pembeli memutuskan pembeliannya pada tahun 2020 agar penjualan di tahun 2023 bisa stabil atau meningkat

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif . Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara 6 narasumber 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 hal yang diinginkan pembeli memutuskan pembeliannya yaitu : perubahan harga, perbedaan penawaran,, kebutuhan pribadi, kondisi psikologis

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

The logo for Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is displayed as a large, light blue watermark in the background. It features a stylized circular emblem with a vertical line through the center, and the word "UWIKKA" in a bold, sans-serif font below it.

ABSTRACT

This thesis research is about online shopping consumer behavior at Solid Fashion - Shoppe after the Covid pandemic. This thesis discusses the beginning of the emergence of Covid which was so dangerous that people were afraid to leave the house and chose to shop online. Online shopping was the best solution at that time so that sales in the Solid Fashion Shoppe Online Store increased rapidly, but as time goes by, 2023 will enter the new normal era so there are several people who are already carrying out activities as before, so sales in the Online Store Solid Fashion is declining. So through this research, researchers want to know what things buyers consider when deciding to purchase in 2020 so that sales in 2023 can be stable or increase.

This research uses a qualitative descriptive research method. The data collection technique used was through interviews with 6 selected sources who met the criteria determined by the researcher. In this research, the data obtained from interviews is presented in in-depth descriptive form with the result that there are 4 things that buyers consider when deciding to purchase, namely: price changes, differences in offers, personal needs, psychological conditions.

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions

The logo for Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is a large, light blue watermark centered on the page. It features a stylized circular emblem with a vertical line through the center and a horizontal line across the middle, intersecting at the center. The word "UWIKKA" is written in a bold, sans-serif font below the emblem.

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 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Penelitian terdahulu Ely Ratnasari (2017)	8
2.1.2 Penelitian terdahulu Aldi M (2018)	9
2.2 Perbedaan	10
2.3 Tinjauan Pustaka	11
2.3.1 Perilaku Konsumen	11
2.3.2 Pengertian Pemasaran	15
2.3.3 Belanja online	19
2.3.4 Produk	21
2.3.5 <i>E-commerce</i>	24
2.3.6 Indikator perilaku pembelian online	27
2.3.7 Motivasi Hedonik	27
2.3.8 Kualitas Informasi	28
2.3.9 Keputusan Pembelian Produk Online	29
2.3.10 Faktor Yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Online	30
2.3.11 Kepercayaan Terhadap Toko Online	31
2.3.12 Dimensi Kepercayaan	32
2.3.12.1 <i>Trusting Belief</i>	32
2.3.12.2 <i>Trusting Intention</i>	33
2.3.13 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan	33
2.3.14 Kemudahan	34
2.3.15 Kepuasan Berbelanja Online	35
2.3.16 Pengalaman Pembelian Online	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Langkah - Langkah Proses Penelitian	41
3.3 Sumber dan Jenis data	42

3.4	Data Narasumber	43
3.5	Teknik Pengumpulan data	44
3.5.1	Wawancara	44
3.5.2	Dokumentasi	45
3.6	Teknik Analisa Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Umum Narasumber	47
4.2	Deskripsi Hasil Wawancara	48
4.2.1	Narasumber Michelle	48
4.2.2	Narasumber Angel	50
4.2.3	Narasumber Sherline	51
4.2.4	Narasumber Melieana	53
4.2.5	Narasumber Diana	55
4.2.6	Narasumber Arta	56
4.3	Analisa Hasil Wawancara	57
4.3.2	Perilaku konsumen Belanja Online akibat perubahan Harga ..	58
4.3.3	Perilaku konsumen Belanja Online kepada munculnya Media Belanja Baru	59
4.3.4	Perilaku konsumen Belanja Online akibat adanya Kebutuhan Pribadi	59
4.3.5	Perilaku konsumen Belanja Online akibat pandemi	60
BAB V KESIMPULAN & SARAN		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Toko Online Solid Fashion pada tahun 2020	4
Tabel 1.2 Penjualan Toko Online Solid Fashion 2023	5
Tabel 2.1 Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang	10
Tabel 3.1 Data Narasumber	44
Tabel 4.1 Profil Narasumber	47
Tabel 4.2 Hasil Wawancara dengan Narasumber Michelle	48
Tabel 4.3 Hasil Wawancara dengan Narasumber Angel	50
Tabel 4.4 Hasil Wawancara dengan Narasumber Sherline	51
Tabel 4.5 Hasil Wawancara dengan Narasumber Melicana	53
Tabel 4.6 Hasil Wawancara dengan Narasumber Diana	55
Tabel 4.7 Hasil Wawancara dengan Narasumber Arta	56
Tabel 4.8 Analisa Hasil Wawancara	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Siaran TV Covid - 19 semakin meningkat.....	1
Gambar 1.2 PSBB di Surabaya	2
Gambar 1.3 Market place yang paling banyak diminati.....	3
Gambar 1.4 Logo Solid Fashion.....	4
Gambar 3.1 Langkah Langkah proses penelitian.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara Michelle	65
Lampiran 2. Hasil Wawancara Angel	67
Lampiran 3. Hasil Wawancara Sherline	69
Lampiran 4. Hasil Wawancara Melieana	70
Lampiran 5. Hasil Wawancara Diana	72
Lampiran 6. Hasil Wawancara Arta	74

