



**PERILAKU PEMBELIAN AKIBAT PERUBAHAN
KEBIJAKAN HARGA GO-FOOD SEBELUM DAN
SESUDAH PANDEMI**

SKRIPSI

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

Oleh

Fendy Lianto
NRP 11120022

PEMBIMBING

Dr. ERNA FERRINADEWI K. S.E.,M.M.

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

**SURABAYA
2023**



**PERILAKU PEMBELIAN AKIBAT PERUBAHAN
KEBIJAKAN HARGA GO-FOOD SEBELUM DAN
SESUDAH PANDEMI**

SKRIPSI

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

Oleh
Fendy Lianto
NRP 11120022

UWIKAR

PEMBIMBING
Dr. ERNA FERRINADEWI K. S.E.,M.M.

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

SURABAYA

2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tugas Skripsi/Tugas Akhir ini yang berjudul “Perilaku Pembelian Akibat Perubahan Kebijakan Harga GoFood Sebelum dan Sesudah Pandemi” dengan baik.

Adapun tujuan dari penulis ini adalah untuk memenuhi syarat akademik dalam menyelesaikan Program Sarjana 1 (S-1) Jurusan Manajemen. Penulis sadar bahwa dalam penulisan ini masih banyak ditemukan kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun sehingga dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Dalam menyelesaikan penulisan ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan dukungan, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Filipus Priyo Suprobo, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya
2. Yulius Hari, S.Kom., MBA. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya
3. Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si. selaku Wakil Rektor II Bidang Non Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya
4. Arief Budiman, B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya
5. Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan, memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti
6. Diki Putra Setianto, S.M., M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu nya untuk melakukan bimbingan, memberikan motivasi, dan semangat kepada peneliti
7. Erwin Rediono Tan, MBA. dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika

8. Muis Murtadho, S.E., M.M. dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika
9. Prof. Dr. Drs. Ec. Herman Budi Sasono, M.M. dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika
10. Tim penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta saran yang membangun dalam menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir ini
11. Para dosen manajemen dan karyawan Universitas Widya Kartika lainnya yang tidak dapat disebutkan penulis satu per satu telah memberikan pengajaran ilmu manajemen dan telah membantu keperluan akademik penulis
12. Orang tua dan keluarga serta teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan doa serta nasihat agar penulis dapat menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Penulis memohon maaf apabila didapati kesalah dan kekurangan dari penulisan ini

Surabaya, 14 Januari 2024

Hormat Saya,

UWIKKA

Fendy Lianto

ABSTRAK

Nama : Fendy Lianto

Skripsi

Perilaku Pembelian Akibat Perubahan Kebijakan Harga Go-Food Sebelum dan Sesudah Pandemi

Kebijakan harga GoFood mengalami perubahan sebelum dan sesudah pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana perubahan kebijakan harga tersebut mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap 10 informan di Kota Surabaya pada tahun 2023.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan kebijakan harga GoFood berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pola konsumsi makanan melalui GoFood mengalami perubahan, di mana konsumen menjadi lebih selektif dan mencari alternatif lain, seperti memasak sendiri atau menggunakan platform lain, setelah pandemi. Hal ini terutama terjadi sebagai respons terhadap kenaikan harga yang cukup terasa. Meskipun demikian, kebanyakan konsumen tetap setia pada GoFood karena faktor kenyamanan, kebiasaan, dan kualitas layanan.

GoFood perlu melakukan survei dan wawancara untuk memahami preferensi dan prioritas pelanggan. GoFood juga perlu meningkatkan aspek non-harga, seperti ketersediaan menu dan kecepatan pengantaran, serta mendesain penawaran dan promosi yang inovatif untuk merespon perubahan preferensi konsumen.

Kata kunci: GoFood, kebijakan harga, perilaku pembelian, pandemi, kualitatif, Kota Surabaya

ABSTRACT

Name: Fendy Lianto

Thesis

Consumer Purchase Behavior in Response to GoFood's Price Policy Changes Before and After the Pandemic

GoFood's pricing policy has changed before and after the pandemic. This study aims to understand how these price policy changes affect consumer purchase behavior. This study employs a qualitative method with in-depth interviews of 10 informants in Surabaya City in 2023.

The results show that GoFood's price policy changes significantly impact consumer purchase decisions. The pattern of food consumption through GoFood has changed, where consumers become more selective and seek alternative options, such as cooking themselves or using other platforms, after the pandemic. This is mainly in response to the significant price increase. However, most consumers remain loyal to GoFood due to convenience, habit, and service quality factors.

GoFood needs to conduct surveys and interviews to understand customer preferences and priorities. GoFood also needs to improve non-price aspects, such as menu availability and delivery speed, and design innovative offers and promotions to respond to changing consumer preferences.

Keywords: GoFood, pricing policy, purchase behavior, pandemic, qualitative, Surabaya City

UWIKKA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS dan PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I – PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup	9
BAB II – TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Aylinna Ongsano (2017)	10
2.1.2 Shandy Ibnu Zakaria (2013)	11
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	12
2.2.1 Persamaan Penelitian	12
2.2.2 Perbedaan Penelitian	13
2.3 Landasan Teori	13
2.3.1 Perilaku Konsumen	14
2.3.1.1 Faktor Budaya	14
2.3.1.2 Faktor Sosial/sosiologis	15
2.3.1.3 Faktor Pribadi	16
2.3.1.4 Faktor Psikologi	17
2.3.2 Perilaku konsumen digital	18
2.3.2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Lingkungan Digital	19
2.3.2.2 Pencarian Informasi Online	19
2.3.2.3 Pengaruh Media Sosial	19
2.3.2.4 Keamanan dan Privasi	20
2.3.2.5 Pembelian Online dan Pengalaman Penggunaan	20
2.3.2.6 Mobile Commerce (M-Commerce)	20
2.3.3 Keputusan Pembelian	21
2.3.3.1 Pengenalan Masalah	21
2.3.3.2 Pencarian Informasi	21
2.3.3.3 Evaluasi Alternatif	22
2.3.3.4 Keputusan Pembelian	22
2.3.3.5 Perilaku Pasca Pembelian	23
2.3.4 Psikologi Konsumen	25
2.3.4.1 Motivasi	26
2.3.4.2 Persepsi	26
2.3.4.3 Pembelajaran	27
2.3.4.4 Memori	28
2.3.5 Pemasaran	29

2.3.6 Harga	31
2.3.6.1 Pengertian Harga	31
2.3.6.2 Fungsi Harga	32
2.3.6.3 Teori Penetapan Harga	33
2.3.6.4 Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Pada Saat Menetapkan Harga.....	34
2.3.6.5 Tujuan Penetapan Harga	34
2.3.6.6 Strategi Penetapan Harga	35
2.4 Kerangka Berpikir	40
BAB III – METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Jenis Data.....	42
3.3 Sumber Data	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.5.1 <i>Content Analysis</i>	46
3.5.2 <i>Content Analysis Procedures</i>	46
BAB IV – HASIL DAN PENBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Narasumber	48
4.2 Hasil Penelitian	48
4.3 Dampak Perubahan Kebijakan harga Go Food	49
4.4 Analisa Hasil	54
4.4.1 Perubahan Pola Konsumsi Berbeda.....	54
4.4.2 Perubahan Kepekaan Harga Konsumen	54
4.4.3 Perubahan Persepsi Kebutuhan dan Kenyamanan Penggunaan Go-Food	55
4.4.4 Perubahan Loyalitas Konsumen	56
BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI	74

UWIKKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tarif Go-Food Per Tahun.....	7
Tabel 2.1 Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang.....	13
Tabel 3.1 Profil narasumber	43
Tabel 4.1 Profile Narasumber dari Hasil Wawancara	48
Tabel 4.2 Bagaimana perubahan kebijakan harga Go Food sebelum dan sesudah pandemi memengaruhi keputusan Anda dalam melakukan pembelian?	50
Tabel 4.3 Apakah perubahan harga Go Food sebelum dan sesudah pandemi mempengaruhi frekuensi atau pola konsumsi makanan melalui platform tersebut?.....	51
Tabel 4.4 Apakah Anda lebih cenderung mencari alternatif atau mempertimbangkan opsi lain setelah perubahan kebijakan harga Go Food?	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia (2022)	6
Gambar 2.1 Model Perilaku Pembelian Konsumen	24
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan	24
Gambar 2.3 Model Sederhana Proses Pemasaran	31

