

**Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19
(Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai
Kec. Bara Kota Palopo)**

Skripsi

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
pada Program Studi Pendidikan Agama Islam*



Oleh

FAQRUH NISAH N

18 0403 0096

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19
(Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai
Kec. Bara Kota Palopo)**

Skripsi

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
pada Program Studi Pendidikan Agama Islam*



Pembimbing :

Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Faqruh Nisah N
NIM : 18 0403 0096
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

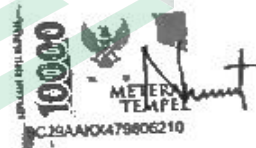
1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain dari kutipan yang ditujukan sumbernya, segala kekeliruan dan kesalahan didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Palopo, 10 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan,






Faqruh Nisah N
18 0403 0096

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo) yang ditulis oleh Faqruh Nisah N, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0403 0096, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 13 Februari 2023 Miladiyah bertepatan dengan 22 Rajab 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 16 Mei 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek. | Pembimbing | () |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo
NIP 19790724 200312 1 002

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah
Institut Agama Islam Negeri Palopo
NIP 19790724 200501 2 003

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَلُمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ،

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo)” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wa sallam, kepada keluarga, sahabat, serta para pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi Manajemen Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Najamuddin dan Ibunda Dewi yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil dan selalu senantiasa memanjatkan doa kepada Allah swt memohon untuk keselamatan dan kesuksesan untuk anak nya. Begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis, hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga senantiasa

berada dalam limpahan kasih sayang Allah Swt dan mengumpulkan kita dalam surga-Nya kelak.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Bapak Dr. H. Muammar Arafat, S.H.,M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Dr. Muhaemin, M.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
3. Bapak Dr. Takdir, SH., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Tadjuddin, S.E, M.Si., Ak., CA, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Bapak Ilham, S.Ag., M.A.
4. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Ibu Muzayyanah Jabani, S.T., M.M dan Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Bapak Nurdin Batjo, S.Pt., M.Si., M. yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.EK selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Burhan Rifuddin, SE., M.M selaku penguji I dan Bapak Edi Indra Setiawan, SE., M.M selaku penguji II yang telah memberi masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Penasehat akademik Manajemen Bisnis Syariah D angkatan 2018, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H.
8. Seluruh Dosen dan Staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Madehang, S.Ag., M.Pd selaku Kepala Unit Perpustakaan, beserta Staf dalam ruang lingkup IAIN Palopo yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
10. Kepala Kelurahan Balandai Bapak Sulkarnain Bahar, S.E beserta jajarannya yang telah memberi izin dan bantuan dalam melakukan penelitian. Dan masyarakat di Kelurahan Balandai yang telah bekerja sama dengan penulis dalam proses penyelesaian penelitian.
11. Kepada teman-teman ku (Fany Septiyani Rifai dan Asrawati Rigu) yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyelesaian skripsi ini.
12. kepada Teman-teman seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018 khususnya kelas MBS D, yang selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Kepada Idola saya di EXO yang selalu menghibur dan menjadi moodbooster disaat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat untuk kita semua, khusus nya bagi penulis maupun yang pembaca, dan juga bernilai ibadah di sisi-Nya Aamiin.

Palopo, Oktober 2022

Penulis



Faqruh Nisah N



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftra huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada berikut :

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	tee
ث	s/a	S\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	H}	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Ky	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z/al	Z\	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	s}	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	d}	es (dengan titik dibawah)
ط	Ta	t}	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	z}	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	A
ء	Hamzah	”	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau akhir, maka di tulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vocal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

Vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
اُو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf transliterasinya berupa huruf atau tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	ā	a dan garis di atas

ي	<i>Kasrah dan ya'</i>	ī	i dangaris di atas
و	<i>Dammah dan wau</i>	ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *mata*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

4. Ta"Marbutah

Transliterasi untuk ta"marbutah ada dua, yaitu: ta"marbutah yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta"marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta"marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta"marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudhah al-athfal* _

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadhilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *asydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan

perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِمْ : *nu‘ima*

عُدُّو : *‘aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Aliyy atau A‘ly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan A‘rabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma,,arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (*az-zalzalah*)

الفَلْسَافَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau‘*

شَيْءٌ : *syai'un*

وَمِرْتٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an(dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin.

9. Lafz al-Jalalah (جلال)

Kata “Allah”yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf

lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *tā`marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafzal-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa maa Muhammadun illaa rasuul

Inna awwala baitin wudi'a linnaasi lallazii bi Bakkata mubaarakan

Syahru Ramadhaan al-lazii unzila fiih al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqiz min al-Dhalaal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-walid Muhammad Ibnu)
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

- | | | |
|------|---|---|
| swt. | = | <i>shubhanahu wa ta'ala</i> |
| saw. | = | <i>shallallahu 'alaihi wa sallam</i> |
| a.s. | = | <i>'alaihi al-salam</i> |
| H | = | Hijrah |
| M | = | Masehi |
| SM | = | Sebelum Masehi |
| Wr. | = | <i>Warahmatullaahi</i> |
| Wb. | = | <i>Wabarakaatuh</i> |
| l. | = | Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja) |

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imraan/3: 4

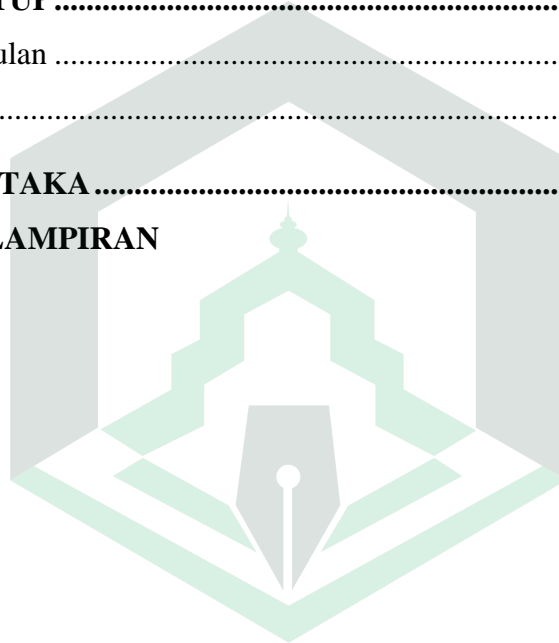
HR = Hadits Riwayat



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR AYAT	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR ATAU BAGAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
DAFTAR ISTILAH	xxiii
ABSTRAK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
B. Deskripsi Teori.....	11
C. Kerangka Pikir	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Definisi Istilah.....	23
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
D. Subjek atau Informan Penelitian	24

E. Sumber Data.....	24
F. Instrumen Penelitian.....	25
G. Teknik Pengumpulan Data.....	29
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	29
I. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	32
A. Deskripsi Data.....	32
B. Pembahasan.....	83
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR AYAT

Kutipan ayat Qs. Al-Ma'idah : 87-88 12



DAFTAR TABEL

Table 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu yang relevan.....	8
Table 3.1 Pedoman wawancara.....	26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kelurahan Balandai Kota Palopo.....	33
Gambar 4.2 Proses Keputusan Pembelian sebelum Pandemi Covid-19.....	85
Gambar 4.3 Proses Keputusan Pembelian Setelah Pandemi Covid-19.....	87
Gambar 4.4 Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Belanja Online.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 2 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 3 Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 4 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 5 Nota Dinas Tim Verifikasi
- Lampiran 6 Izin Penelitian
- Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Penelitian
- Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup



DAFTAR ISTILAH

PSBB	: Pembatasan Sosial Berskala Besar
<i>Sosial Distancing</i>	: Jarak Sosial
<i>Cash On Delivery (COD)</i>	: Bayar ditempat
<i>Discount</i>	: Potongan Harga

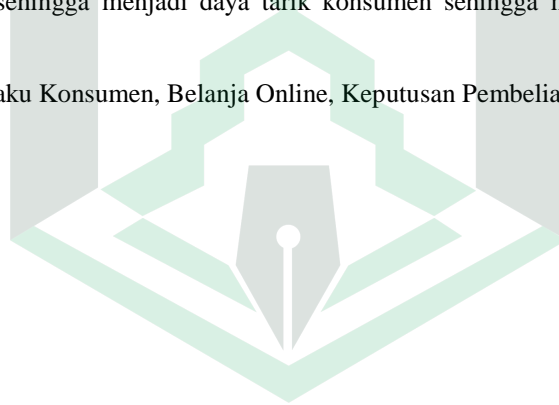


ABSTRAK

Faqrh Nisah N, 2022. *“Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec.Bara Kota Palopo)”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.EK.

Skripsi ini membahas tentang Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec.Bara Kota Palopo). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja secara online dimasa pandemi covid-19 dan untuk mengeksplorasi apa yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja secara online dimasa pandemi Covid-19. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini melalui proses wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam hal ini adanya perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online setelah pandemi covid-19. Selain itu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dimasa pandemi covid-19 mengalami perubahan karena adanya peraturan yang telah di terapkan oleh pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar dan Social Distancing dengan tujuan untuk mengurangi penyebaran virus covid-19 sehingga konsumen memutuskan belanja online dimasa pandemi covid-19. Selain itu, terdapat adanya faktor kemudahan, harga lebih murah dan terdapat potongan harga, gratis ongkir dan sistem COD sehingga menjadi daya tarik konsumen sehingga memutuskan belanja secara online.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Belanja Online, Keputusan Pembelian dan Covid-19

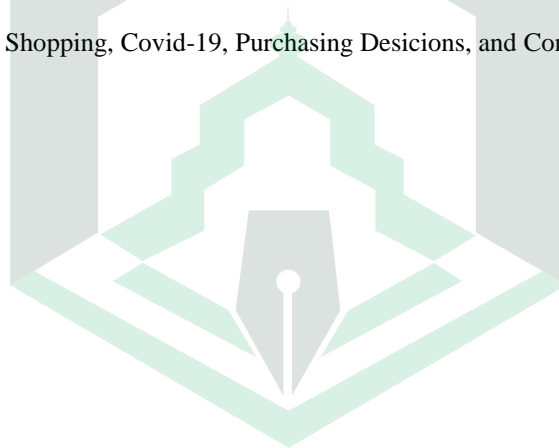


ABSTRAK

Faqrul Nisah N, 2022. *“Consumer Behavior In Online Shopping During The Covid-19 Era (Study Cases in The Community in Balandai Village Bara Distric Palopo City)”*. Thesis for the Islamic Bussines Management Studi Program Faculty of Economics and Islamic Bussines Palopo State Islamic Institute. Supervised By Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.EK.

This thesis discusses Consumer Behavior in Online Shopping During the Covid-19 Era (Cases Study in Comunnities in Balandai Village Bara District Palopo City). This study aims to explore how to describe changes in consumer behavior in decided to shop online during the covid-19 pandemic and to explore what become the cause of consumer behavior in deciding to shop online during the pandemic covid-19. This type of research uses a qualitative approach. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. This research data collection tecnique through the interview proces. The results of the study in consumer behavior in deciding to shop online after the covid-19 pandemic. In addition, consumer behavior in making purchases during the covid-19 pandemic has changed due to regulations that have been implemented by the government, namely large scale social restriction and Social Distancing with the aim of reducing the spread of the covid-19 virus so that consumers decide to shop online during the covid-19 pandemic. Besides that, there is a convenience factor, the price is cheaper and there are discounts, free shipping and the COD system it becomes an attraction for consumers to decide to shop online.

Keywords: Online Shopping, Covid-19, Purchasing Desicions, and Consumer Behavior.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak munculnya virus Covid-19 sangat berpengaruh terhadap perilaku masyarakat khususnya terhadap perilaku konsumen. yang mana perilaku kosumen suatu bentuk kegiatan yang sering dilakukan oleh konsumen terkait dengan pembelian, pencarian informasi barang atau jasa, penggunaan produk dan pembuangan barang maupun jasa setelah digunakan. Saat ini pendemi covid-19 mengakibatkan perubahan pada kegiatan perilaku konsumen dan pola konsumsi masyarakat. Maka bila terjadi perubahan dalam pola konsumsi otomatis akan mempengaruhi daya beli masyarakat itu sendiri.¹

Penelitian ini meneliti bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online selama pendemi covid-19 yang lebih beralih secara online serta apa yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online selama pendemi covid-19. Dilihat dari perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja, para pebisnis harus bisa mengetahui setiap perubahan tersebut, untuk dapat menyesuaikan strategi bisnis apa yang bisa di implementasikan selama pendemi ini. Maka muncul lah peluang-peluang baru dalam pemasaran dan cara konsumen belanja. Seperti perubahan perilaku belanja konsumen dalam melakukan belanja secara online sudah menjadi salah satu

¹ Aldita Andira M Rachma Ika S, and Uswatun Alvia P.L, perubahan Perilaku Konsumen Aldita Selama Pendemi Covid-19,” *Seminar Nasional Hubisintek 2*, no. 1 (2021): 1230-1231, <<https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1517>>.

alternative konsumen dalam melakukan konsumsi. Dimana yang biasanya dilakukan secara langsung dengan mendatangi toko atau mall untuk berbelanja, kini telah berubah dengan melakukan belanja secara online. Perubahan mendasar yang mempengaruhi perilaku konsumen juga ikut dipicu oleh perkembangan teknologi yang semakin berkembang dengan pesat sehingga kemajuan berbisnis melalui internet pun semakin berkembang sehingga konsumen mudah melakukan belanja secara online. Perilaku belanja konsumen secara online saat ini mengalami peningkatan dalam jumlah besar dan juga mengalami perluasan jenis produk yang dikonsumsi.²

Pendemi covid-19 juga menyebabkan banyak tenaga kerja berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat utamanya bagi mereka yang ada dalam kategori pekerja harian dan pekerja informal. Ada sebagian besar masyarakat sangat berhati-hati dalam mengatur keuangannya karena tidak adanya kepastian yang jelas kapan pandemi covid-19 ini akan berakhir. Sehingga menyebabkan terjadinya penurunan daya beli masyarakat akan barang-barang yang dikonsumsi dan juga memberikan tekanan dari sisi produsen dan penjual.³

Aktivitas belanja masyarakat mengalami perubahan akibat covid-19 yang melanda Indonesia. Oleh karena itu pemerintah membuat kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Yang mana covid-19 mengubah kehidupan kita,

² Mohammad Rivai Olih Maria Heny Pratikho, and Jenny Nelly Matheosz, 'Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado', *Jurnal Holistik*, 13, no. 4 (2020): 2-4 <<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/31554>>.

³ Desi Suryati and ME, Rohmiati Amin ME, 'Pola Konsumsi Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Mataram', *Jurnal Econetica*, 3, no.1 (2021): 2 <<https://unu-ntb.e-journal.id/econetica/article/view/97>>.

dalam situasi ini membuat kita memilih untuk berdiam dirumah untuk mencegah penyebaran virus sehingga membuat orang-orang banyak menghabiskan waktu diruang digital baik untuk bekerja, belajar, berkomunikasi maupun berbelanja. Sejak diberlakukannya PSSB yang menyebabkan masyarakat harus berdiam di rumah untuk mencegah penyebaran virus sehingga segala kegiatan yang dilakukan seperti bekerja, belajar dan belanja itu dilakukan secara online. Selain Pandemi Covid-19 yang mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia. Meski pengaruhnya tidak hanya dari sisi pekerjaan atau pelajar saja. Tetapi berpengaruh besar juga dirasakan oleh semua orang yang perannya sebagai seorang konsumen.

Sejak adanya covid-19 pada maret 2020 di Indonesia sangat berpengaruh dan memberikan dampak perubahan perilaku baru masyarakat dalam berbelanja bukan hanya itu kebijakan dan tatanan Negara pun berubah dengan menyesuaikan kondisi lapangan yang ada. Pengaruhnya hampir semua bidang kehidupan masyarakat yang mengalami perubahan signifikan bahkan lebih cenderung memberikan dampak buruk bagi masyarakat. Utamanya pada Perekonomian di indonesia mengalami penurunan yang signifikan sekitar 2,97 persen dari tahun 2019 yang biasanya mencapai 4,97 persen pada periode yang sama.⁴

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herianto et al yang menunjukkan perubahan perilaku konsumsi masyarakat setelah pandemi. Yang mana Perubahan kondisi tersebut terjadi karena adanya anjuran dari pemerintah untuk menerapkana kebijakan PSBB. Selain itu, akibat pandemi covid 19

⁴ Andrian Pratama Afrianto, 'Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia', *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3, no.1 (Januari, 2021): 13 <<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3il.181>>.

perubahan perilaku konsumsi selama pandemi itu terletak pada ketidakpastian dalam situasi ekonomi Negara.⁵

Bila seseorang di hadapkan dua pilihan dalam memenuhi kebutuhan yaitu belanja offline atau belanja online dengan melihat kondisi saat pandemi maka konsumen akan memilih untuk melakukan belanja online yang lebih cepat dan juga dapat mengurangi penyebaran virus covid-19. Perilaku konsumen melakukan belanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan keinginannya. Begitu juga konsumen yang ada di Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo yang merupakan tempat atau lokasi penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan belanja online serta apa yang menjadi penyebab perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online selama pandemi covid-19.

Setelah dilakukan penelitian masyarakat yang ada dikelurahan balandai baik remaja,dewasa dan ibu-ibu sekalipun sering melakukan belanja online baik sebelum pandemi covid-19 bahkan selama pandemi covid-19. Atau paling tidak sekali seminggu atau sebulan bahkan sesuai dengan kondisi ekonomi atau kebutuhan yang mendesak untuk membeli barang dan barang nya hanya di online jadi dia membeli barang tersebut secara online. Selain itu alasan konsumen ingin melakukan belanja online itu karena belanja online itu lebih mudah, mengemat waktu, banyaknya barang yang ditawarkan jadi bebas untuk memilih barang yang diinginkan sesuai kebutuhan, adanya potongan harga, gratis ongkir serta sistem pembayarannya bisa *COD*.

⁵ Herianto, Andi Ajeng Tenri Lala, and Nurpasila, 'Perilaku Konsumsi Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19 Di Indonesia: Studi Perbandingan', *Jurnal Of Islamics and Finance Studies* 2, no. 1 (Juni, 2021): 94 <<http://dx.doi.org/10.4700/jiefes.v2i1.2808>>.

Sejauh ini studi tentang perilaku konsumen dalam belanja online di masa pandemi covid-19 sudah ada peneliti-peneliti terdahulu yang sudah mengkajinya tetapi penelitian yang mengkaji perilaku konsumen dalam belanja online selama era covid-19 belum ditemukan adanya peneliti yang membahasnya secara mendalam. Dengan melihat fenomena yang terjadi sejak munculnya virus covid-19 utamanya dalam melakukan belanja. Maka hal tersebut mendorong atau memotivasi penulis berdasarkan dari latar belakang masalah diatas maka penulis akan melakukan penelitian terkait dengan **“Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo)”** dengan tujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya mengenai perilaku konsumen. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pandemi covid-19 dan untuk mengetahui apa yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja secara online dimasa pandemi Covid-19.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini maka peneliti membatasi masalah agar penelitian ini lebih efektif, efisien, terarah dan dapat dikaji secara mendalam maka diperlukan pembatasan masalah dalam penelitian ini dan lebih fokus mengenai bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan berbelanja secara online selama era covid-19.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pendemi Covid-19?
2. Apa yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pendemi Covid-19?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti perubahan perilaku konsumen dalam fenomena perubahan perilaku konsumen dalam belanja online selama pendemi covid-19. Jadi tujuan dari penelitian ini dilakukan yaitu:

1. Untuk mengeksplorasi bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pendemi Covid-19.
2. Untuk mengeksplorasi apa yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pendemi Covid-19.

E. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang akan di capai, maka penelitian ini di harapkan mampu memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Manfaat teoritis

untuk manfaat teoritis dari peneltian ini untuk menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis dalam penelitian serta dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pendmi covid-19.

2. Manfaat praktis

Untuk manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi berupa tambahan keilmuan dan menambah wawasan. Serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sejauh ini studi tentang perilaku konsumen dalam belanja online telah di kaji oleh beberapa peneliti-peneliti sebelumnya membahas tentang perubahan dan pengaruh perilaku konsumen dalam melakukan belanja online. sehingga dalam penelitian ada beberapa peneliti terdahulu yang dikaji dalam penelitian ini. Berikut adalah tabel dari penelitian terdahulu yang relevan telah di kaji oleh para peneliti sebelumnya.

Table 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu yang relevan

Nama	Judul Skripsi	Variabel & Metode	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
Nurul Hanifah dan Dedi Rianto Rahadi.	Analisis Perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online pada masa pandemi covid-19. ⁶	Variabel : mahasiswa, Belanja Online, Layanan Online. Metode Analisis Kualitatif Melalui wawancara.	Untuk membahas secara menyeluruh mengenai perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian secara online.	Persamaan: penelitian ini metode analisis yang digunakan. Perbedaan: perbedaanya terletak pada variable yang digunakan.
Neni sumarni,	Perilaku Belanja Online pada Ibu	Variabel: Penjualan	untuk menghindari wabah pandemi	Persamaan: penelitian ini memiliki

⁶ Nurul Hanifah dan Dedi Rianto Rahadi, "Analisis Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, no. 2 (2020): 112, <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist/article/view/2026>.

Syifa Pramudita fadilla dan Robby Fauji.	Rumah Tangga Online. di Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Anjun Karawang). ⁷	Metode Analisis Deskriptif Kuantitatif	Covid-19 pelanggan atau konsumen mengubah perilaku belanjanya untuk melakukan pembelian secara online untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkannya	persamaan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam belanja online dimasa pandemi covid-19. Perbedaannya : terletak pada metode analisis yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. penelitian ini memiliki persamaan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam belanja online dimasa pandemi covid-19. perbedaannya : terletak teknis analisis yang
Nugroho Hardiyanto, Arie Indra Gunawan, Wahyu Rafdinal, dan Nur Choirul Afif.	Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi Covid-19. ⁸	Variable : kepercayaan, kenyamanan, kemudahan, keamanan dan kualitas produk, dan harga. Metode Analisis : menggunakan teknik	Pada masa pandemi covid-19 perilaku belanja online dipengaruhi oleh faktor persepsi pribadi seperti kepercayaan, kemudahan, kenyamanan dan keamanan.	penelitian ini memiliki persamaan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam belanja online dimasa pandemi covid-19. perbedaannya : terletak teknis analisis yang

⁷ Neni sumarni, Syifa Pramudita fadilla, dan Robby Fauji, "Perilaku Belanja Online pada Ibu Rumah Tangga di Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Anjun Karawang)," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif* 6, no. 1 (2020): 1, <https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i2.1186>.

⁸ Nugroho Arie Indra Gunawan, Wahyu Rafdinal, dan Nur Choirul and Hardiyanto, 'Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6, no. 3 (2020): 120, <https://doi.org/10.3531/jrbi.v6i3.2246>.

		analisis structure equational model partial least square.		digunakan. Yaitu analisis structure equational model – partial least square.
Rudi Yanto Batara Silalahi dan Martuahman Perlindungan Purba.	Perilaku konsumen berbelanja secara online pada masa pandemi covid-19. ⁹	Variabel: Budaya, sosial dan Keputusan dalam belanja online. Metode Analisis : Kuantitatif	budaya dan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan belanja online di masa pandemi covid-19.	Persamaan : penelitian: tentang perilaku konsumen dalam berbelanja secara online dimasa pandemi covid-19. Perbedaan : terletak pada variable nya dan metode analisis yang digunakan.

Dengan melihat table diatas dapat dilihat lebih jelas adanya perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sekarang. Setelah penulis melakukan penelitian yang menjadi kekurangan dari penelitian terdahulu dapat dilihat dari segi konsep yang digunakan. Adapun kekurangan dari penelitian terdahulu adalah belum adanya studi yang membahas atau menggambarkan secara detail tentang kejadian tentang perubahan perilaku konsumen sehingga memutuskan untuk melakukan belanja secara online di masa pandemi covid-19.

⁹ Rudi Yanto Batara Silalahi dan Martuahman Perlindungan Purba, "Perilaku konsumen berbelanja online pada masa pandemi covid-19," *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9, no. 1 (Maret, 2021): 1, <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i1.876>.

Sehingga dalam penelitian ini penulis akan menambahkan konsep yang digunakan untuk melengkapi kekurangan dari penelitian sebelumnya.

B. Deskripsi Teori

1. Perilaku konsumen

a. Definisi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tentang bagaimana seorang individu, kelompok, dan suatu organisasi dalam melakukan pembelian dan bagaimana menggunakan barang atau jasa serta ide atau pengalaman untuk memuaskan segala kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen juga merupakan suatu proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk berupa barang maupun jasa dengan melakukan beberapa kegiatan seperti melakukan pencarian, mengenali kebutuhan dan keinginan, dan melakukan evaluasi produk serta memutuskan untuk melakukan kegiatan pembelian.¹⁰

Perilaku konsumen sangat penting untuk dipahami bagi suatu perusahaan dan semua lini pemasaran karena dapat memberikan informasi yang lebih jelas tentang bagaimana memasarkan suatu produk kepada konsumen sehingga memiliki minat terhadap produk-produk yang dipasarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

¹⁰ M. Anang Firmansyah: *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Surabaya: Deepublish, 2018), 3.

Sedangkan perilaku konsumen meneurut perspektif islam lebih mengarah pada perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas komsumsi itu berlandaskan pada syariat islam sesuai dengan nilai kerohanian yang secara tidak langsung mengarahkan konsumen agar tidak konsumtif dan tetap menjaga kemaslahatan bukan hanya mengedepankan suatu kepuasan dan kesenangan semata. Akan tetapi lebih mengutamakan kebutuhan (*need*) dari pada keinginan (*want*). Selain itu islam mengajarkan tentang batasan-batasan manusia dalam melakukan konsumsi suatu barang atau produk maupun jasa yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan hadis. Dalam islam sudah melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa apa sudah menjadi halal.¹¹ Seperti yang sudah di jelaskan dalam Qs. Al-Ma'idah: 87-88 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ۗ
 وَ كُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَ اتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ۗ

Terjemahan:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”¹²

¹¹ Suharyono, ‘Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam’ Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah’, 4, n o. 2 (2018), 313 <<http://dx.doi.org.10.29300/ajj.v4i2.1216>>.

¹² Q.S Al-ma'idah, 5:87-88

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan tentang manusia sebagai pengguna yang menggunakan barang-barang yang baik dan bermanfaat dan melarang adanya tindakan yang mengacu dalam hal perilaku boros dan dan banyaknya pengeluaran yang tidak penting dan tidak bermanfaat.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor tersebut menjadi dasar penentu seorang konsumen memutuskan melakukan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Adapun hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumen memutuskan melakukan pembelian diantaranya sebagai berikut:

- 1) Faktor budaya terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial.
- 2) Faktor social terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
- 3) Faktor pribadi terdiri dari umur, situasi ekonomi, pekerjaan, konsep diri, dan kepribadian.
- 4) Faktor psikologis terdiri dari motivasi, pengetahuan, keyakinan, persepsi, dan sikap.¹³

Sedangkan menurut Halim dkk Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor internal dan faktor ektenal. Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen diantaranya :

- 1) Faktor kebudayaan

¹³ Kotler dan Amstrong (2012): *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Widina Bakti Persada, 2021), 9-10.

Suatu faktor yang menentukan perilaku yang paling mendasar atau keinginan untuk mendapatkan suatu nilai, persepsi, preferensi dan perilaku penting lainnya. Faktor ini sangat memberikan pengaruh luas terhadap perilaku konsumen. Adapun yang termasuk faktor kebudayaan seperti:

- a) Budaya, merupakan nilai, persepsi, kepercayaan dan perilaku individu dalam masyarakat. Selain itu budaya menjadi hal yang mendasar yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian.
 - b) Sub budaya, berkaitan dengan nilai yang berdasarkan pengalaman hidup dalam masyarakat. Adapun yang termasuk golongan sub budaya diantaranya kebangsaan, agama, kelas sosial, ras, dan wilayah geografis.
 - c) Kelas sosial, dipengaruhi oleh pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan kekayaan.
- 2) Faktor sosial

Faktor sosial sebagai acuan kelompok yang berpengaruh baik itu secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku konsumen. Adapun yang termasuk dalam faktor kelas sosial yaitu:

- a) Keluarga, merupakan kelompok referensi yang sangat berpengaruh dalam proses keputusan pembelian.
- b) Kelompok referensi yang ada dilingkungan sekitar seperti teman juga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.

- c) Peran dan status, setiap orang memiliki peran dan status dalam berinteraksi di lingkungan masyarakat yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan pembelian.

3) Faktor pribadi

Suatu faktor yang dapat diartikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang memiliki perbedaan dengan orang lain sehingga menyebabkan adanya tanggapan yang lebih relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Adapun yang termasuk dalam faktor pribadi yaitu:

- a) Umur, dalam hal ini umur menjadi pengaruh setiap orang dalam melakukan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.
- b) Pekerjaan, menjadi hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian karena berhubungan dengan pendapatan atau penghasilan.
- c) Kondisi ekonomi, dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian karena keadaan ekonominya.
- d) Gaya hidup, berkaitan dengan segala aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh setiap individu.
- e) Kepribadian dan konsep diri, adalah karakteristik psikologis setiap orang dalam memahami lingkungan sekitarnya.

4) Faktor psikologis

Faktor psikologis merupakan suatu sikap dan persepsi konsumen terhadap informasi produk atau perusahaan. Adapun faktor yang termasuk dalam faktor ini adalah:

- a) Motivasi, menjadi pengaruh dalam diri seseorang untuk bertindak.
- b) Persepsi, merupakan proses dimana seseorang memilih atau mendapatkan informasi berdasarkan pengalaman yang pernah terjadi.
- c) Keyakinan dan sikap, dalam hal ini keyakinan adalah pikiran setiap orang terhadap sesuatu sedangkan sikap adalah suatu perkataan atau tindakan yang dilakukan oleh setiap orang. Sehingga menjadi pengaruh dalam perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.
- d) Pembelajaran, hal ini terjadi karena adanya dorongan, rangsangan, tanggapan, dan pengalaman yang diterima oleh setiap konsumen.¹⁴

c. Model Perilaku Konsumen

Suatu proses bagaimana seorang individu, kelompok atau organisasi dalam melakukan pembelian, memilih, memakai dan memanfaatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Model perilaku konsumen dapat dilihat dari proses bagaimana konsumen dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian. Menurut Kanuk dan Schiffman ada tiga tahap dalam proses pengambilan keputusan yang saling berhubungan yaitu:

- 1) Tahap masukan yaitu meliputi proses pengenalan konsumen terhadap kebutuhan atas produk yang terdiri dari dua sumber informasi utama yaitu :

¹⁴ Halim et.al: *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Medan: Yayasan Kita Penulis, 2021), 2-10.

usaha pemasaran perusahaan (produk, harga, promosi dan distribusi) kemudian pengaruh eksternal atas konsumen (keluarga, tetangga, teman, sumber informal dan non-komersial lain, budaya, kelas sosial serta sub budaya). Dari kedua sumber informasi tersebut memiliki dampak yang akan mempengaruhi produk yang akan dibeli konsumen dan bagaimana menggunakan produk itu.

- 2) Tahap proses yaitu bagaimana konsumen dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk, melalui proses pengenalan, penyelidikan sebelum membeli serta melakukan evaluasi alternative.
- 3) Tahap keluaran yaitu dalam model pengambilan keputusan konsumen yang meliputi perilaku membeli dapat dilakukan melalui proses mencoba dan setelah puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang sebagai tanda bahwa produk tersebut diterima oleh konsumen. Sedangkan evaluasi setelah membeli dapat memberikan pengalaman kepada konsumen dalam proses pengambilan keputusan dalam pembelian berikutnya.¹⁵

d. Tipe-tipe perilaku konsumen

Ada empat tipe perilaku konsumen yang perlu dipahami yaitu :

- 1) Perilaku membeli yang kompleks artinya konsumen akan membeli suatu produk mahal dengan penuh pertimbangan dan jarang dibeli oleh seseorang pada umumnya.

¹⁵ Kanuk dan Schiffman: *Perilaku Konsumen*, (Makassar: Alauddin University Press, 2016), 10-11.

- 2) perilaku membeli mengurangi disonansi atau ketidakcocokan yang artinya sebelum konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu konsumen akan membandingkan merek produk.
 - 3) Konsumen melakukan kegiatan disonansi ini agar tidak adanya penyesalan dalam melakukan pembelian.
 - 4) Perilaku konsumen karena kebiasaan artinya adanya faktor kebiasaan konsumen sehingga melakukan pembelian.
 - 5) Perilaku mencari keragaman produk artinya munculnya produk baru akan mempengaruhi konsumen untuk membeli sehingga memiliki keinginan untuk membeli produk yang berbeda.
- e. Pembentukan perilaku konsumen
- Ada tiga bagian dalam konsumsi produk yakni :
- 1) Tahap pra pembelian, yaitu sebelum melakukan pembelian maka konsumen terlebih dahulu mengenali akan kebutuhannya, mencari informasi dan melakukan evaluasi alternatif sampai di mana konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian.
 - 2) Tahapan terjadinya transaksi yaitu dimana setelah adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli maka sudah pasti konsumen akan mengonsumsi produk tersebut.
 - 3) Tahapan pasca transaksi yaitu dimana konsumen akan memutuskan untuk membeli atau tidak untuk melakukan pembelian produk tersebut.¹⁶

¹⁶ Halim et al., *life: Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 5-11.

2. Teori Keputusan Pembelian Konsumen

a. Pengertian keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan dimana individu melakukan evaluasi pada suatu produk yang akan dibelinya. Menurut Kotler dan Amstrong () menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses atau tahap yang dilakukan dalam pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar melakukan proses pembelian.¹⁷

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga, kualitas, promosi, lokasi, kemudahan dan pelayanan. Prngambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian.

Keputusan dalam pembelian diambil setelah melalui pertimbangan. Adapun proses dalam pengambilan keputusan dalam pembelian dimulai dari pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, melakukan evaluasi kemudian keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian.

b. Proses keputusan pembelian konsumen

Pengambilan keputusan dalam pembelian itu di pengaruhi oleh perilaku konsumen dalam memilih dan membeli barang. Selain itu, dalam pengambilan keputusan pembelian ada beberapa tahapan yaitu:

¹⁷ Kotler dan Amstrong: *Perilaku Konsumen*, (Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 13.

1) Pengenalan masalah

Sebelum melakukan pembelian konsumen akan mengetahui kebutuhan dan keinginannya sebelum membeli produk tersebut.

2) Pencarian informasi

Sebelum membeli produk yang di inginkan maka konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibelinya.

3) Mengevaluasi alternative

Tahap dimana konsumen akan melakukan evaluasi terhadap produk yang akan dibelinya.

4) Keputusan pembelian

Tahap dimana konsumen akan menentukan untuk membeli produk yang di inginkan sesuai dengan kebutuhannya.

5) Evaluasi pasca pembelian

Setelah konsumen membeli produk tersebut maka konsumen akan mengevaluasi produk yang telah di beli nya apakah sesuai dengan yang di inginkan atau tidak.¹⁸

Selain itu, ada 5 proses atau tahapan yang dilakukan jika konsumen memutuskan pembelian online Mark Plus, Inc mencetuskan konsep ini dimana sebelumnya diberi nama 4A. keputusan konsumen membeli suatu produk bukan hal yang dikehendaki oleh diri sendiri melainkan berdasarkan keputusan bersama disebut saran dan teman. Adapun proses yang pertama Awareness atau kesadaran yaitu keadaan dimana konsumen sadar dengan adanya produk yang

¹⁸ Kotler: *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 10-11.

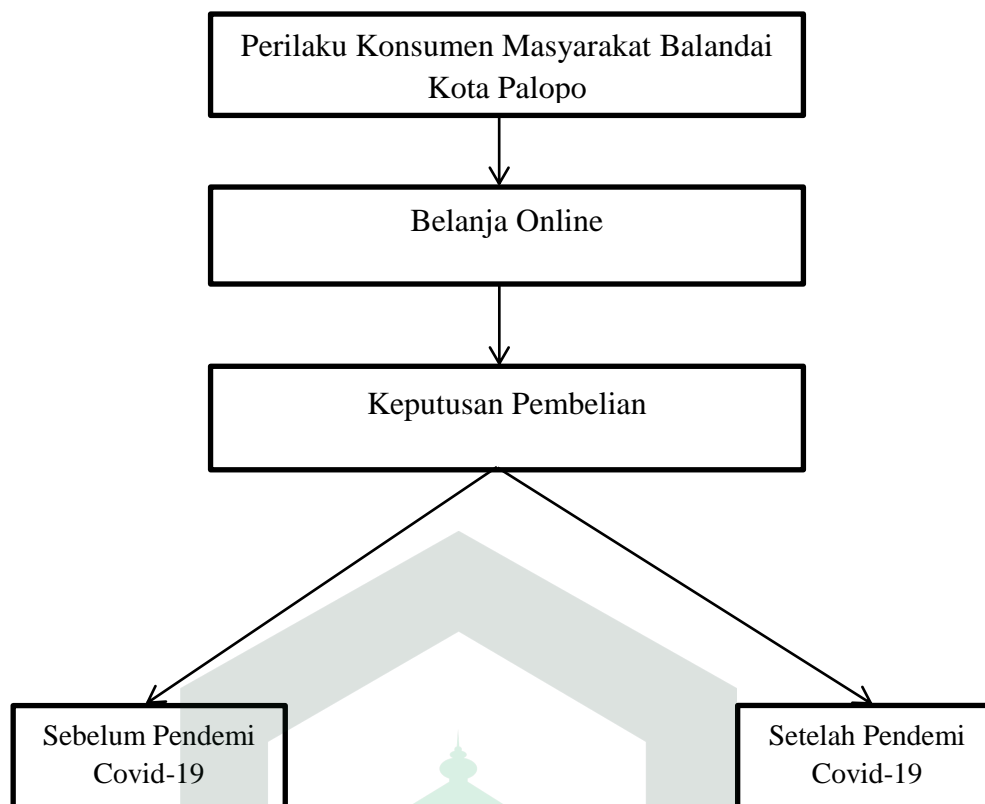
mana mereka mungkin pernah mendengar dari teman, melalui iklan atau sudah mengetahui produk secara langsung. Selanjutnya proses kedua Appeal atau menarik yaitu kondisi dimana konsumen sudah mulai kepo dengan produk tersebut. kemudian konsumen akan mencari tau produk tersebut melalui media sosial seperti facebook, instagram dan lainnya. Selanjutnya proses ketiga Ask atau bertanya yaitu tahap dimana konsumen akan mencari tau tentang produk tersebut secara rinci tentang produk yang ditawarkan mulai dari harga, ukuran, ketersediaan dan lain-lain. Selanjutnya tahapan keempat Act atau bertindak yaitu tahap dimana konsumen akan menentukan untuk membeli produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya

Kemudian diakhiri dengan proses Advocate atau menganjurkan yaitu tahap setelah konsumen melakukan pembelian, kemudian konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada teman-temannya secara langsung atau melalui story media sosial.¹⁹

C. Kerangka Pikir

Dari landasan teori diatas dapatlah digambarkan kerangka teorinya. Kerangka teori adalah suatu rangkaian yang dibuat sebagai penjelasan dari masalah penelitian dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sehingga dibuatkan kerangka teori agar lebih mudah di pahami dan dapat di gambarkan kerangka pikir sebagai berikut.

¹⁹ Mark Plus, "Memahami Konsep Customer Path (Konsep 5A," Techbiz.id, Oktober 20, 2019, <https://techbiz.id/2019/10/memahami-konsep-customer-path-konsep-5a/>.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Berdasarkan kerangka pikir yang diatas Untuk memahami lebih jelas perilaku konsumen maka perlu kita ketahui pengertian Perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan dan juga berkaitan dengan suatu proses dalam pembelian barang maupun jasa. yang mana konsumen melakukan segala suatu aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk dan jasa.²⁰

Keputusan dalam hal pembelian menjadi hal yang mendasar dalam Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Dari kerangka teori yang telah dibuat dapat digambarkan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online sebelum pandemi covid-19 dan setelah pandemi covid-19.

²⁰ M. Anang Firmansyah: *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Surabaya: Deepublish, 2018), 2.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Dan lebih cocok digunakan untuk meneliti tentang hal-hal yang berkaitan dengan sikap, perilaku, motivasi, persepsi dan tindakan subjek.²¹ Jenis penelitian ini cocok digunakan karena penelitian berkaitan dengan tema yang diangkat sesuai dengan fakta yang ada. Sehingga penelitian ini tujuannya cenderung untuk mengetahui bagaimana gambaran perilaku konsumsi masyarakat selama pandemi covid-19 dan apa yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pandemi.

B. Definisi Istilah

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka perlu diuraikan definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan pembelian barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Belanja online

²¹ Kurniawan Candra Guzman and Nina Oktarina, "Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga," *Economic Education Analysis Journal* 7, no.1 (2018): 307, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/download/22882/10796/>.

Belanja online adalah suatu proses transaksi yang dilakukan melalui perantara atau media seperti jejaring sosial yang menyediakan suatu barang atau jasa yang diperjualbelikan. karena kemudahan dalam belanja online menjadikan ini sebuah kebiasaan bagi sebagian orang. Banyak yang beranggapan bahwa belanja online menjadi salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang dibutuhkan utamanya pada kebutuhan sehari-hari.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun Lokasi atau objek Penelitian ini dilakukan tepatnya di Kelurahan Balandai Kec. Bara kota Palopo yang merupakan tempat tujuan untuk melakukan penelitian ini. Adapun waktu yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini dimulai sejak bulan oktober 2022.

D. Subjek/Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang kedudukannya itu sangat sentral Karena dalam subjek penelitian itu terdapat data tentang apa yang nantinya akan diamati. Sedangkan yang akan menjadi subjek penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen karna merekalah yang menjadi sumber informasi.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan bagian yang sangat penting bagi peneliti karena dalam memilih dan menentukan jenis data akan menentukan ke dalam ketetapan dan kelayakan informasi yang diperoleh. Data yang diperoleh tidak akan mungkin di dapat tanpa adanya sumber data, meskipun topik yang dibahas sangat menarik tetapi jika sumber data nya tidak tersedia maka penelitian

ini tidak memiliki arti karena tidak dapat dilakukan oleh peneliti untuk di pahami.

Adapun jenis-jenis sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data primer

Data primer adalah data yang secara langsung di peroleh di lapangan dari narasumber (informasi) melalui wawancara. Adapun narasumber yang merupakan sampel yang dipilih secara random sehingga tidak adanya batasan dari narasumber yang akan di uji dalam penelitian ini.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sebagai data tambahan yang secara tidak langsung diperoleh dilapangan. Jadi data sekunder dalam penelitian ini diamabil dari beberpa jurnal terdahulu dan buku.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, instrument penelitian merupakan suatu hal yang penting dalam kegiatan penelitian. Instrument penelitian yang digunakan tergantung dengan jenis data dan sesuai dengan masalah penelitian. Instrumen penelitian dapat diartikan sebagai alat yang digunakan peneliti untuk mengelola dan megumpulkan data yang akurat. Jadi semua alat yang digunakan atau mendukung dalam suatu penelitian dapat disebut dengan instrument penelitian. Dalam penelitian ini jenis instrument penelitian yang digunakan yaitu wawancara. Dibawah ini merupakan pedoman wawancara kepada informan.

PEDOMAN WAWANCARA

Identitas Informan:

Nama :
 Alamat :
 Umur :
 Status/Pekerjaan :
 Hari/Tgl Wawancara :

Tujuan Wawancara:

Daftar pertanyaan wawancara ini dibuat untuk mengumpulkan data dalam menyelesaikan tugas akhir. Maka dari itu dengan hormat saya mohon kesediannya untuk membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti terkait dengan judul penelitian “Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat Dikelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo), sebelumnya saya ucapkan terima kasih.

Daftar Pertanyaan:

Tabel 3.1 Pedoman Wawancara

Pertanyaan Wawancara

Karakteristik Perilaku Konsumen	Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?
	Apakah anda lebih sering melakukan belanja online selama pandemi covid-19?
	Apakah anda lebih senang untuk belanja online atau belanja secara offline?
	Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?

	<p>Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?</p>
Faktor Budaya	<p>Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?</p> <p>Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?</p> <p>Bagaimana kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?</p>
Faktor Sosial	<p>Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?</p> <p>bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?</p> <p>Bagaimana peran dan status yang ada dilingkungan anda mempengaruhi anda sehingga memutuskan belanja online?</p>
Faktor Pribadi	<p>Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?</p> <p>Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?</p> <p>Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?</p> <p>Apakah pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid- 19? Bagaimana pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?</p>
Faktor Psikologis	<p>Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?</p>

Keputusan
Pembelian
Konsumen

Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?

Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Mengapa hal tersebut memepngaruhi anda untuk melakukan belanja online?

Pengenalan kebutuhan

Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?

Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?

Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?

Pencarian informasi

Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?

Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?

Mengevaluasi alternative

Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?

bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?

Keputusan pembelian

Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?

Evaluasi Pasca Pembelian

Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?

Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses atau langkah yang paling strategis dalam melakukan suatu penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data. Diantaranya sebagai berikut:

1. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara merupakan kegiatan atau teknik yang dilakukan melalui percakapan dengan dua pihak atau lebih dengan maksud tertentu. Dalam teknik wawancara itu ada yang sebagai pewawancara yang akan memberikan pernyataan kepada pihak yang akan diwawancarai. Sedangkan narasumber adalah pihak yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu pengumpulan data untuk memperoleh data atau dokumentasi yang dapat dijadikan sebagai bukti pelaksanaan penelitian yang biasanya dalam bentuk foto atau gambar, audio dan video.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam sebuah penelitian merupakan konsep yang sangat penting. Yang mana konsep validitas atau kesahihan dan reliabilitas atau keandalan data yang telah diperbarui. Dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriterian dan paradigmanya. Dalam penelitian kualitatif dikatakan valid apabila data sesuai dengan masalah yang diteliti.²²

1. Kepercayaan

²² Dr. Farida Nugrahani, M.Hum: *METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta, 2014), 113,114,123-132.

Dalam penelitian kualitatif data dapat dinyatakan kredibel apabila terdapat persamaan dari apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.²³

2. Triangulasi

Triangulasi adalah suatu teknik dalam pemeriksaan keabsahan data untuk mengecek data yang sudah di peroleh.²⁴

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses yang dilakukan untuk mencari atau menyusun data secara sistematis dari data catatan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman dari peneliti tentang suatu kasus yang akan diteliti dan mengkaji sebagai temuan serta menarik sebuah kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri dan orang lain.. Dengan menggunakan langkah-langkah seperti berikut :

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu proses analisis data dengan cara merangkum, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan memilih hal-hal yang pokok. Sehingga data yang direduksikan akan memberikan gambaran yang lebih jelas dari hasil pengamatan.

2. Penyajian data

²³ Sugyono: *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 270-277.

²⁴ Dr. Farida Nugrahani, M.Hum: *METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta, 2014), 115.

merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang disusun secara sistematis agar mudah di pahami sehingga dapat menghasilkan kesimpulan.

3. Penarikan kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan awalnya itu masih bersifat sementara. Dan akan berubah apabila tidak adanya bukti kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan awalnya itu didukung oleh bukti-bukti yang kuat atau valid untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel.²⁵



²⁵ Sugyono: *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 247-253.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Penelitian

1. Gambaran umum lokasi penelitian
 - a. Profil kelurahan balandai kota palopo

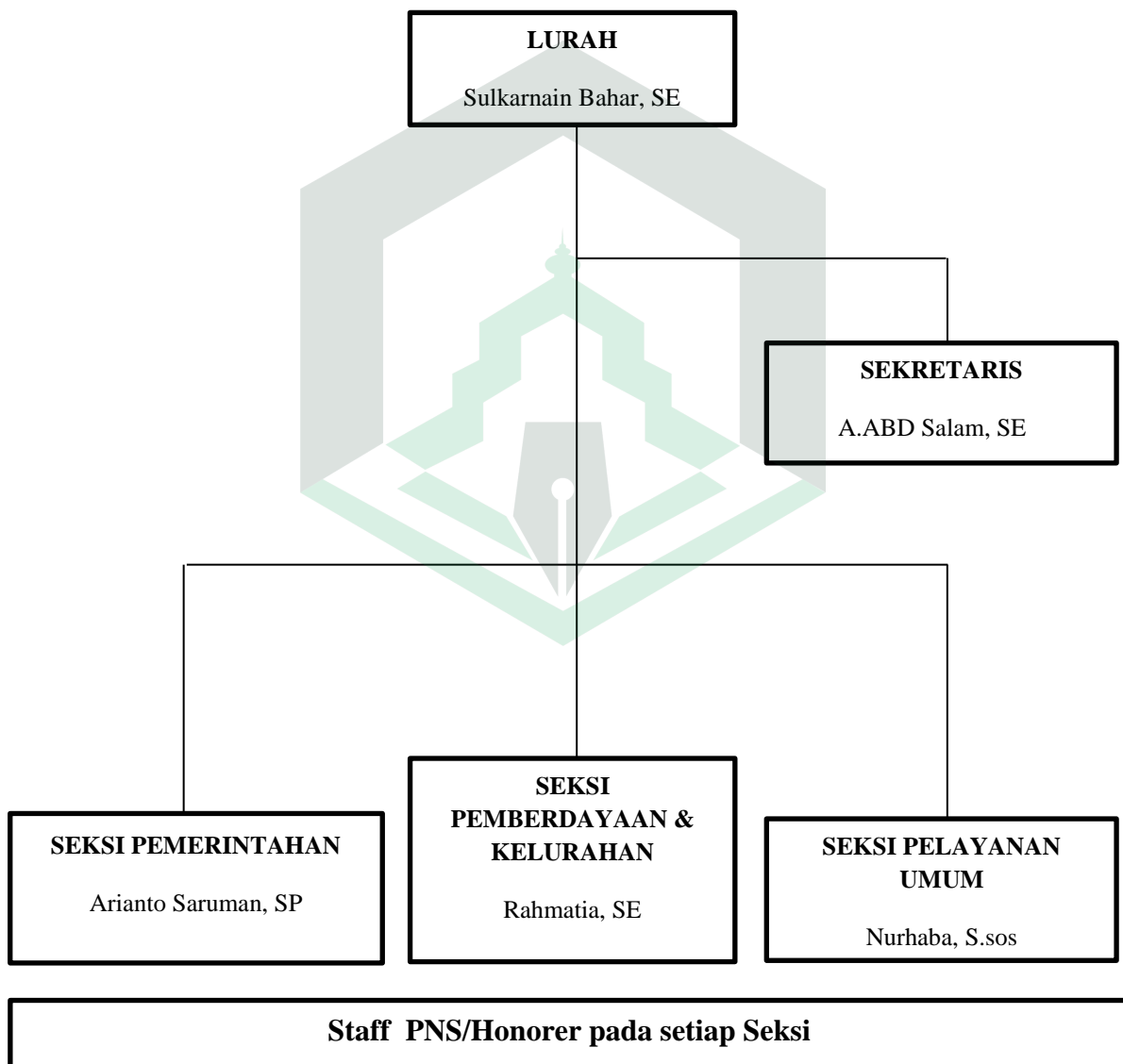
Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo dimekarkan paada bulan mei tahun 2006 dengan status tanah hak milik. Kelurahan balandai memiliki luas wilayah 5,6 kilometer² yang terdiri dari daratan pantai dan pegunungan. Dengan batas wilayah sebelah Timur berbatasan dengan Teluk Bone, sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Temmalebba Kecamatan Bara, sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Battang Kecamatan Wara Barat, sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Salobulo Kecamatan Wara Utara.

Kelurahan Balandai memiliki jarak dari ibu kota provinsi \pm 368 kilometer jarak dari ibu kota kabupater atau kota \pm 4 kilometer jarak dari ibu kota kecamatan \pm 0,5 kilometer. Selain itu kelurahan balandai juga terdiri dari 5 Rukun Warga dan 17 Rukun Tetangga jumlah penduduk \pm 5.057 jiwa dan \pm 1.033 kepala keluarga. Masyarakat kelurahan balandai sekitar 50% itu Pegawai Negeri Sipil yang lain itu ada jadi buru, nelayan, petani dan pedagang.

b. Visi misi dan tujuan

Adapun Visi misi yang ada dalam kelurahan balandai yang di kota palopo itu adalah untuk melayani masyarakat dengan baik sesuai dengan kebutuhannya, kemudian memfasilitasi apa yang menjadi kebutuhan masyarakat serta mensejahterakan masyarakat.

c. Struktur organisasi



Gambar 4.1: Struktur Organisasi Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo

Secara garis besar, dapat dijelaskan struktur organisasi dalam Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo terdiri dari kepala kelurahan dalam menjalankan wewenang dan tugas-tugasnya dibantu oleh sekretaris kelurahan serta kepala seksi dan para stafnya untuk melayani seluruh masyarakat yang di kelurahan balandai.

d. Karakteristik masyarakat atau responden

Masyarakat di kelurahan balandai sebanyak 5.057 jiwa mulai dari anak, remaja, dewasa, orang tua dan lansia. Setelah melakukan penelitian masyarakat balandai sering melakukan belanja online meskipun tidak dilakukan sehari. Tetapi dilakukan ketika ada kebutuhan yang mendesak. paling tidak sekali seminggu atau sebulan bahkan sesuai dengan kondisi ekonomi atau kebutuhan yang mendesak untuk membeli barang dan barang nya hanya di online jadi dia membeli barang tersebut secara online.

Selain itu, alasan konsumen ingin melakukan belanja online itu karena belanja online itu lebih mudah, menghemat waktu, banyaknya barang yang ditawarkan jadi bebas untuk memilih barang yang diinginkan sesuai kebutuhan, adanya potongan harga, gratis ongkir serta sistem pembayarannya bisa COD. selain itu setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda tapi untuk remaja dan dewasa paling tidak lebih dominan membeli pakaian, alat make up, tas dan baju. Sedangkan ibu-ibu jelas memiliki kebutuhan yang banyak untuk rumah tangganya.²⁶

²⁶ Sulkarnain Bahar, Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo, *wawancara* 2022

2. Deskripsi hasil penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo) dengan tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online dimasa pandemi covid-19 serta apa yang menjadi penyebab terjadinya perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online dimasa pandemi covid-19.

Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data nya melalui proses wawancara yang dilakukan oleh penulis dari beberapa responden yang dipilih secara acak untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti, adapun pelaksanaan wawancara dilakukan secara langsung oleh penulis termasuk mengisi identitas dari narasumber kemudian izin untuk melakukan wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan seputar perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pandemi covid-19.

Setelah dilakukan wawancara penelitian, maka penulis akan mengumpulkan data atau informasi dari hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah itu, data yang telah dikumpulkan akan dirangkum dan lebih memfokuskan pada hal-hal yang penting dan memilih hal-hal yang pokok. Sehingga data atau informasi yang disampaikan akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan juga menjawab rumusan masalah dengan baik. Kemudian dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian. Berikut hasil

wawancara yang telah dilakukan penulis terhadap masyarakat di Kelurahan Balandai yang terkait tujuan fokus pada penelitian:

Responden 1:

Nama : Nova Eksanti
 Umur : 30 tahun
 Status/ pekerjaan : IRT
 Alamat : Jl. Agatis

Pertanyaan Wawancara

Karakteristik
 Perilaku
 Konsumen

Peneliti

Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?

Informan

Pernah melakukan belanja online bahkan sering

Peneliti

Apakah anda lebih sering melakukan belanja online selama pandemi covid-19?

Informan

Sering melakukan belanja online karena selama masa pandemi itu adanya larangan untuk keluar rumah atau berinteraksi untuk menjaga jarak jadi lebih sering dirumah saja.

Peneliti

Apakah anda lebih senang untuk belanja online atau belanja secara offline?

Informan

Lebih senang dari keduanya mau online maupun offline.

Peneliti

Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?

Informan

Pakaian, sepatu, dan alat kebutuhan rumah tangga .

Peneliti

Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?

Informan

Karena belanja online itu memudahkan dan menghemat waktu. Adapun barang yang ditawarkan lebih murah dan banyak pilihan kalau belanja secara online.

Faktor Budaya

Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	Adanya keinginan dalam diri sehingga ingin melakukan belanja secara online.
Peneliti	Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Peneliti	Bagaimana kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Tidak berpengaruh.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Bagi saya tidak ada pengaruhnya.
Peneliti	Bagaimana teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya.
Peneliti	Apakah peran dan status yang dilingkungan anda mempengaruhi anda ingin memutuskan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya.
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?

Informan	Saya memutuskan untuk belanja online ini melihat dengan kondisi ekonomi saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
Informan	Saya tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Peneliti	Apakah pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid- 19? Bagaimana pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Psikologis	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Sebelum Saya memutuskan belanja itu saya melihat dulu kualitas dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Saya membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan atau keinginan saya secara pribadi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Mengapa hal tersebut mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Keputusan	

Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Sebelum saya membeli suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima barang yang sudah saya pesan meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan.
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima produk tersebut karena barangnya juga sudah datang jadi tidak mungkin mau dikembalikan apalagi saya membayar produk tersebut jadi mau tidak mau tetap menerima produk tersebut meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya.
Peneliti	<i>Pencarian informasi</i> Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut.
Peneliti	Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
Informan	Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya.
Peneliti	<i>Mengevaluasi alternative</i> Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Saya melakukan evaluasi sebelum memutuskan belanja online.
Peneliti	Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Jadi saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli dengan melihat gambarnya, keterangan dari produk serta review dari orang-orang yang sudah membeli produk tersebut.
Peneliti	<i>Keputusan pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut

	secara online?
Informan	Saya melihat contoh produk tersebut sebelum melakukan pembelian.
Peneliti	<i>Evaluasi Pasca Pembelian</i> Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Jadi setelah saya melakukan pembelian saya merasa puas terhadap produk yang saya beli itu.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?
Informan	Saya akan tetap membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.

Responden 2:

Nama	: Rahma
Umur	: 25 tahun
Status/ pekerjaan	: IRT
Alamat	: Jl. Dr. Ratulangi

Pertanyaan Wawancara

Karakteristik Perilaku Konsumen	
Peneliti	Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?
Informan	Pernah melakukan belanja online bahkan sering
Peneliti	Apakah anda lebih sering melakukan belanja online selama pandemi covid-19?
Informan	Sering melakukan belanja online karena selama masa pandemi itu adanya larangan untuk keluar rumah atau berinteraksi untuk menjaga jarak jadi lebih sering dirumah saja.
Peneliti	Apakah anda lebih senang untuk belanja online atau belanja secara offline?

Informan	Lebih suka belanja online karena sistem pembayarannya bisa COD. Jadi tidak langsung melakukan pembayaran pada saat memesan barang.
Peneliti	Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?
Informan	Pakaian, make up, perlengkapan belajar, dan alat kebutuhan rumah tangga .
Peneliti	Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?
Informan	Karena belanja online itu memudahkan dan menghemat waktu. Adapun barang yang ditawarkan lebih murah dan banyak pilihan kalau belanja secara online.
Faktor Budaya	
Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	Karena sekarang ini zaman nya belanja online jadi lebih mudah melakukan belanja melalui aplikasi dan media social.
Peneliti	Apakah kelompok social yang ada di lingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya terhadap saya karena melihat orang-orang melakukan belanja online jadi saya juga memutuskan untuk belanja online.
Peneliti	Bagaimana kelompok social yang ada di lingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Saya mendengar atau adanya rekomendasi dari orang-orang tentang barang tersebut kalau itu barang bagus jadi saya mencari produk tersebut apalagi kalau sudah sesuai dengan kebutuhan atau keinginan.
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya bagi saya pribadi.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?

Informan	Jadi pengaruhnya itu tentang harga barang yang memiliki perbedaan jika dibeli online dari pada di beli secara offline sehingga memiliki pengaruh untuk melakukan belanja online.
Peneliti	Apakah peran dan status yang dilingkungan anda mempengaruhi anda ingin memutuskan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya.
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
Informan	Saya memutuskan untuk belanja online itu melihat dengan kondisi ekonomi saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak?
Informan	Saya melihat dulu harga bang jika uang mencukupi maka saya memutuskan untuk mebeli jika tidak saya tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Peneliti	Apakah pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid- 19? Bagaimana pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Psikologis	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Sebelum Saya memutuskan belanja itu saya melihat dulu kualitas dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian.

Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Saya membeli produk tersebut sesuai untuk memuaskan keinginan.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Mengapa hal tersebut memepngaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya jika produk sesuai dengan keinginan itupun jika ekonomi mencukupi.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Sebelum saya membeli suatu produk biasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya merasa menyesal tidak sesuai keinginan.
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima produk tersebut karena barangnya juga sudah datang jadi tidak mungkin mau dikembalikan apalagi saya membayar produk tersebut jadi mau tidak mau tetap menerima produk tersebut meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya.
Peneliti	<i>Pencarian informasi</i> Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut apakah barang itu bagus atau tidak.
Peneliti	Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?

Informan	Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya.
Peneliti	<i>Mengevaluasi alternative</i> Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum memutuskan belanja online terlebih dahulu saya melakukan evaluasi produk.
Peneliti	Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Jadi saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli jika saya suka maka saya akan membeli produk tersebut.
Peneliti	<i>Keputusan pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
Informan	Saya akan membeli produk tersebut apabila sudah sesuai dengan keinginan.
Peneliti	<i>Evaluasi Pasca Pembelian</i> Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Biasanya merasa puas apabila barang yang dipesan sesuai dengan keinginan.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?
Informan	Saya tidak membeli lagi perодук tersebut selanjutnya.

Responden 3:

Nama : Fani
 Umur : 20 tahun
 Status/ pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Jl. Dr. Ratulangi

 Pertanyaan Wawancara

Karakteristik
Perilaku
Konsumen

Peneliti Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?

Informan Pernah melakukan belanja online bahkan sering

Peneliti Apakah anda lebih sering melakukan belanja online selama pandemi covid-19?

Informan Tidak sering belanja online.

Peneliti Apakah anda lebih senang untuk belanja online atau belanja secara offline?

Informan Lebih suka dari keduanya baik online maupun online.

Peneliti Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?

Informan Pakaian dan sepatu.

Peneliti Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?

Informan Karena produk tersebut dibutuhkan untuk di pakai dan dalam belanja online juga lebih praktis.

Faktor Budaya

Peneliti Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?

Informan karena melihat di media social seperti di shopee, tiktok shop dan facebook dengan banyaknya produk yang ditawarkan sehingga saya tertarik untuk membeli produk tersebut.

Peneliti Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?

Informan Ada pengaruhnya terhadap saya karena melihat orang-orang atau keluarga melakukan belanja online jadi saya juga memutuskan untuk belanja online.

Peneliti Bagaimana kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?

Informan	Saya melihat keluarga saya membeli online jadi ketika mereka membeli barang dan saya tertarik untuk membeli produk itu maka saya akan membeli produk apabila sesuai dengan keinginan saya.
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Keluarga itu mempengaruhi saya untuk melakukan belanja online.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Jika saya melihat keluarga saya membeli online jadi ketika mereka membeli barang dan saya tertarik untuk membeli produk itu maka saya akan membeli produk apabila sesuai dengan keinginan saya.
Peneliti	apakah peran dan status yang ada disekitar anda mempengaruhi untuk melakukan belanja online?
Informan	Bagi saya tidak pengaruhnya.
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
Informan	Saya memutuskan untuk belanja online sesuai dengan kondisi ekonomi saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
Informan	Kalau barang tersebut penting atau saya butuhkan maka saya akan membeli produk tersebut.
Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	ada pengaruhnya terhadap saya sehingga saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Peneliti	Apakah pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja

Informan	<p>online sebelum atau selama pandemi covid- 19? Bagaimana pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.</p>
Faktor Psikologi	
Peneliti	<p>Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?</p>
Informan	<p>Sebelum Saya memutuskan belanja itu saya melihat dulu kualitas dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian. Tapi biasanya juga setelah dibeli tidak sesuai dengan keinginan. Jadi jika sesuai saya merasa puas.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?</p>
Informan	<p>Saya membeli produk tersebut sesuai dengan keinginan dan merasa puas lagi jika produk yang datang sesuai dengan keinginan.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Mengapa hal tersebut memepngaruhi anda untuk melakukan belanja online?</p>
Informan	<p>Ada pengaruhnya bagi saya jika produk tersebut sesuai dengan keinginan saya.</p>
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<p><i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?</p>
Informan	<p>Sebelum saya membeli suatu produk biasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?</p>
Informan	<p>Saya merasa kecewa jika tidak sesuai keinginan.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan</p>

- anda?
- Informan
Saya memberi complain kepada penjualnya kenapa barang tersebut tidak sesuai dengan keinginan saya.
- Peneliti
Pencarian informasi
Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
- Informan
Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut apakah barang itu bagus atau tidak.
- Peneliti
Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
- Informan
Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya dengan melihat deskripsi barangnya.
- Peneliti
Mengevaluasi alternative
Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan anda beli sebelum melakukan belanja online?
- Informan
Saya melakukan evaluasi sebelum memutuskan belanja online.
- Peneliti
Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan anda beli sebelum melakukan belanja online?
- Informan
Jadi saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli saya bandingkan harga produk dari aplikasi yang lain. Misalnya shopee dan took pedia dan yang lainnya.
- Peneliti
Keputusan pembelian
Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
- Informan
Saya akan membeli produk tersebut dengan melihat dari harga, ongkirnya apabila sudah sesuai dengan keinginan.
- Peneliti
Evaluasi Pasca Pembelian
Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?
- Informan
Saya merasa puas apabila barang yang dipesan sesuai dengan keinginan. Karena pernah saya membeli barang tidak sesuai jadi saya merasa kecewa.
- Peneliti
Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuban anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?
- Informan
Saya tidak akan lagi membeli produk tersebut jika tidak sesuai dengan keinginan.
-

Responden 4:

Nama : Wanda Lestari
 Umur : 29 Tahun
 Status/ pekerjaan : -
 Alamat : Jl. Dr. Ratulangi

 Pertanyaan Wawancara

Karakteristik

Perilaku

Konsumen

Peneliti	Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pendemi covid-19?
Informan	Pernah melakukan belanjaja online
Peneliti	Apakah anda lebih sering melakukan belanja online selama pendemi covid-19?
Informan	Sering melakukan belanja online karena selama masa pendemi itu adanya larangan untuk keluar rumah atau berinteraksi untuk menjaga jarak jadi lebih sering dirumah saja.
Peneliti	Apakah anda lebih senang untuk belanja online atau belanja secara offline?
Informan	Lebih suka belanja online karena barang nya lebih murah.
Peneliti	Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?
Informan	Pakaian, make up, obat dan yang lebih sering di beli itu pakaian
Peneliti	Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pendemi covid-19?
Informan	Karena selama pendemi covid-19 itu banyak toko yang tutup karena adanya anjuran dari pemerintah untuk tetap dirumah saja. Dan susah untuk keluar kota jadi lebih memilih belanja online.
Faktor Budaya	
Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	Lebih efektif kalau belanja online, menghemat waktu, lebih murah dan efisien kalau belanja online

Peneliti	Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya
Peneliti	Bagaimana kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Tidak pengaruhnya bagi saya pribadi.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya karena saya memutuskan belanja online itu karena faktor pribadi atau keinginan sendiri.
Peneliti	Apakah peran dan status yang ada dilingkungan anda mempengaruhi anda memutuskan belanja online?
Informan	Bagi saya peran dan status yang ada dilingkungan tidak mempengaruhi saya memutuskan belanja online
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
Informan	Saya memutuskan untuk belanja online itu melihat dengan kondisi ekonomi saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
Informan	tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena inisiatif sendiri.

Peneliti	Apakah pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid- 19? Bagaimana pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Psikologi	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Tergantung kalau tengah malam keinginan memuaskan.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Saya membeli produk tersebut sesuai untuk memuaskan keinginan.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Mengapa hal tersebut memepngaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Sebelum saya membeli suatu produk biasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya merasa kecewa
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima produk tersebut karena barangnya juga sudah datang jadi tidak mungkin mau dikembalikan apalagi saya membayar produk tersebut jadi mau tidak mau tetap menerima produk tersebut meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya. Tapi barang tersebut akan saya berikan kepada keluarga saya jika tidak

	sesuai dengan keinginan.
Peneliti	<i>Pencarian informasi</i> Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut
Peneliti	Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
Informan	Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya karena sebelum belanja itu ada ada deskripsi produk nya serta adanya review orang” tentang barang tersebut.
Peneliti	<i>Mengevaluasi alternative</i> Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Infroman	Saya melakukan evaluasi sebelum membeli produk.
Peneliti	Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Kadang” saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli jika saya suka maka saya akan membeli produk tersebut.
Peneliti	<i>Keputusan pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
Informan	Saya bandingkan dengan produk yang lain sebelum membeli produk tersenut.
Peneliti	<i>Evaluasi Pasca Pembelian</i> Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya akan merasa puas apabila barang yang dipesan sesuai dengan keinginan.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya ?
Informan	Tidak lagi membeli produk tersebut

Responden 5:

Nama : Hafsin Putri
 Umur : 23 Tahun
 Status/ pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Jl. Dr. Ratulangi

 Pertanyaan Wawancara

Karakteristik

Perilaku

Konsumen

Peneliti	Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?
Informan	Pernah melakukan belanjaja online
Peneliti	Apakah anda lebih sering melakukan belanja online selama pandemi covid-19?
Informan	Sering melakukan belanja online karena selama masa pandemi itu adanya larangan untuk keluar rumah atau berinteraksi untuk menjaga jarak jadi lebih sering dirumah saja.
Peneliti	Apakah anda lebih senang untuk belanja online atau belanja secara offline?
Informan	Lebih suka belanja online karena barang nya itu diantarkan langsung kerumah tanpa harus keluar rumah.
Peneliti	Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?
Informan	Pakaian, tas,
Peneliti	Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?
Informan	Karena belanja online lebih mudah di akses
Faktor Budaya	
Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	Lebih suka belanja online dan lebih mudah kalau belanja online.

Peneliti	Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya
Peneliti	Bagaimana kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Seperti teman yang mempengaruhi untuk melakukan belanja online.
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Teman menjadi pengaruh bagi saya memutuskan belanja online.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya dari teman sehingga mempengaruhi untuk belanja online yaitu timbul rasa ingin melakukan belanja online.
Peneliti	Apakah peran dan status yang ada dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya.
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
Informan	Saya memutuskan untuk belanja online itu melihat dengan kondisi ekonomi saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
Informan	tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena orang-orang yang disekitar saya itu sama dengan saya.

Faktor Psikologis	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Melihat kualitas yang bagus pastinya.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Memilih kualitas yang bagus.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Mengapa hal tersebut memepngaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya karna kalau orang bilang bagus produknya pasti akan terpengaruh untuk membeli produk tersebut secara online.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Sebelum saya membeli suatu produk biasanya sesuai dengan kebutuhan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Tetap mengambil produk tersebut karena sudah dibeli dan dibayar.
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima produk tersebut karena barangnya juga sudah datang jadi tidak mungkin mau dikembalikan apalagi saya membayar produk tersebut jadi mau tidak mau tetap menerima produk tersebut meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya.
Peneliti	<i>Pencarian informasi</i> Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mecari informasi tentang produk tersebut dibagian review orang-orang

	tentang suatu produk.
Peneliti	Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
Informan	Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya kemudian melihat review orang-orang tentang suatu produk.
Peneliti	<i>Mengevaluasi alternative</i> Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Saya melakukan evaluasi sebelum memutuskan belanja online.
Peneliti	Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli dibagian ulasan nya apakah barangnya bagus atau tidak.
Peneliti	<i>Keputusan pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
Informan	Karena malas untuk keluar rumah jadi lebih praktis belanja online.
Peneliti	<i>Evaluasi Pasca Pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online. Apakah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda ?
Informan	Saya memutuskan belanja online apabila produk itu sesuai dengan kebutuhan atau keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya ?
Informan	Tidak lagi membeli produk tersebut

Responden 6:

Nama : Anggun
 Umur : 19 Tahun
 Status/ pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Jl. Dr. Ratulangi

 Pertanyaan Wawancara

 Karakteristik
 Perilaku
 Konsumen

Peneliti Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?

Informan Pernah melakukan belanja online

Peneliti Apakah anda lebih sering melakukan belanja online selama pandemi covid-19?

Informan Sering bahkan hamper setiap minggu

Peneliti Selama masa pandemi apakah anda lebih sering melakukan belanja online dibanding sebelum pandemi covid-19?

Informan Sebelumnya belum pernah belanja online tetapi selama masa pandemi ini lebih sering belanja online.

Peneliti Apa alasan anda lebih memilih untuk melakukan belanja online dimasa pandemi covid-19?

Informan Karna selama pandemi itu tidak boleh adanya kontak langsung atau harus melakukan jaga jarak. Jadi saya lebih memilih untuk belanja online karena kita hanya membeli melalui handphone kemudian barang yang dibeli itu diantarkan langsung kerumah.

Peneliti apakah anda lebih senang belanja secara langsung atau lebih memilih belanja online?

Informan Lebih memilih belanja online karena tidak perlu lagi keluar rumah untuk melakukan belanja sehingga mengurangi waktu yang ada. Jadi dengan melakukan belanja online hanya perlu memesan melalui handphone untuk memesan kemudian akan diantarkan.

Peneliti Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?

Informan Pakian, tas dan sepatu.

Peneliti Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?

Informan Karena belanja online itu memudahkan dan menghemat waktu. Adapun barang yang ditawarkan lebih murah dan banyak pilihan kalau belanja secara online.

Faktor Budaya

Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	Lebih suka belanja atau adanya keinginan dalam diri sehingga ingin melakukan belanja secara online.
Peneliti	Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online dan bagaimana pengaruhnya terhadap anda?
Informan	Ada pengaruhnya, karena ketika melihat teman atau keluarga saya melaukan belanja online maka timbul dalam diri untuk belanja online sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Bagi saya teman menjadi pengaruh sehingga memutuskan belanja online.
Informan	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya dari teman sehingga mempengaruhi untuk belanja online sehingga timbul rasa ingin melakukan belanja online.
Peneliti	Apakah peran dan status yang ada dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk memutuskan belanja online.
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya pribadi.
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
Informan	Saya memutuskan untuk belanja online itu melihat dengan kondisi ekonomi saya apalagi saya seorang mahasiswa banyak kebutuhan lainnya yang dibutuhkan.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
Informan	Saya tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.

Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Peneliti	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Psikologis	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Sebelum Saya memutuskan belanja itu saya melihat dulu kualitas dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Saya membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan atau keinginan saya secara pribadi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya ketika teman atau keluarga yang merekomendasikan produk.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Saya membeli suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima barang yang sudah saya pesan meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan.
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima produk tersebut karena barangnya juga sudah datang jadi tidak mungkin mau dikembalikan apalagi saya membayar produk tersebut jadi mau tidak mau tetap menerima produk tersebut meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya.

Peneliti	<i>Pencarian informasi</i> Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut.
Peneliti	Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
Informan	Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online.
Peneliti	<i>Mengevaluasi alternative</i> Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum memutuskan belanja online terlebih dahulu saya melakukan evaluasi terhadap suatu produk.
Peneliti	Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Jadi saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya akan melihat review dari orang-orang yang sudah membeli produk tersebut.
Peneliti	<i>Keputusan pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
Informan	Jika produk sudah sesuai dengan keinginan saya makan saya akan memutuskan membeli produk tersebut.
Peneliti	<i>Evaluasi Pasca Pembelian</i> Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Jadi setelah saya melakukan pembelian saya merasa puas terhadap produk yang saya beli itu.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?
Informan	Saya akan tetap membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya dengan tempat atau toko yang berbeda.

Responden 7:

Nama : Sary
 Umur : 35 Tahun
 Status/ pekerjaan : Pemilik Usaha Apotek
 Alamat : Jl. Dr. Ratulangi

 Pertanyann Wawancara

 Karakteristik
 Perilaku
 Konsumen

Peneliti	Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?
Informan	Pernah melakukan belanja online
Peneliti	Selama masa pandemi apakah anda lebih sering melakukan belanja online dibanding sebelum pandemi covid-19?
Informan	Lebih sering melakukan belanja online
Peneliti	Apa alasan anda lebih memilih untuk melakukan belanja online dimasa pandemi covid-19?
Informan	Karena dimasa pandemi itu tidak boleh adanya kontak langsung dengan orang-orang serta adanya batasan tidak boleh terlalu berinteraksi sehingga lebih banyak waktu dirumah sehingga lebih memilih untuk belanja online.
Peneliti	Apakah ada perubahan terkait perilaku belanja anda dimasa pandemi covid-19?
Informan	Yang pastinya ada perubahannya selama covid -19 lebih sering belanja online karena masalah nya tidak boleh berinteraksi dengan banyak orang tidak bisa keluar rumah walaupun keluar rumah hanya yang penting saja tapi kalau untuk belanja selama masih bisa belanja online lebih memilih belanja online. Tapi setelah pandemi berakhir kemabali lagi untuk belanja secara langsung jadi selama pandemi saja untuk melakukan belanja online. Kalau untuk kebutuhan sehari hari hanya tertentu saja kalau memang barang nya jauh dan sangat dibutuhkan jadi dipesan tapi kalau masih bisa dibeli langsung hanya beli langsung dari pada dipesan.

Peneliti	apakah anda lebih senang belanja secara langsung atau lebih memilih belanja online?
Informan	Lebih senang untuk melakukan belanja secara langsung karena dengan melakukan belanja langsung bisa langsung memilih barang barang yang ingin dibeli serta tidak adanya ongkir dan lebih puas. Kalau dengan belanja online itu biasanya barang yang dipesan biasanya tidak sesuai ditambah lagi adanya ongkir dan lainnya. Jadi untuk belanja online dilakukan hanya tertentu saja biasanya kalau barang yang ingin dibeli itu tidak ada yang dekat dan hanya jauh jadi hanya bisa dipesan saja.
Peneliti	Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?
Informan	Pakaian dan ketuhan rumah tangga.
Peneliti	Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?
Informan	Apabila produk tersebut dibutuhkan dan harus dipesan online maka memilih belanja online ditambah selama pandemi covid-19 adanya larang untuk keluar dirumah saja jadi lebih baik memilih belanja online.
Faktor Budaya	
Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	Menghemat waktu dan adanya promo dan lebih untung dan bebas ongkir dan penawaran harganya lebih murah dibanding beli langsung.
Peneliti	Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online dan bagaimana pengaruhnya terhadap anda?
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi karena ingin belanja online timbul dalam diri untuk belanja online sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja

	online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya karena saya memutuskan belanja online itu karena faktor pribadi atau keinginan sendiri.
Peneliti	Apakah peran dan status yang ada dilingkungan mempengaruhi anda memutuskan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya.
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
Informan	Saya memutuskan untuk belanja online itu melihat dengan kondisi ekonomi saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
Informan	tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena inisiatif sendiri.
Peneliti	Apakah pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid- 19? Bagaimana pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Psikologis	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Sesuai dengan kebutuhan.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?

Informan	Saya membeli produk tersebut dengan melihat kualitasnya dulu baru memutuskan belanja online.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya karena saya lebih suka belanja secara langsung.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Sebelum saya membeli suatu produk biasanya sesuai dengan kebutuhan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya merasa kecewa, tapi itulah kekurangan dari belanja online yang mana barangnya tidak dilihat secara langsung.
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima produk tersebut karena barangnya juga sudah datang jadi tidak mungkin mau dikembalikan apalagi saya membayar produk tersebut jadi mau tidak mau tetap menerima produk tersebut meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya. Tapi barang tersebut akan saya berikan kepada keluarga saya jika tidak sesuai dengan keinginan.
Peneliti	<i>Pencarian informasi</i> Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
Informan	Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut
Peneliti	Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
Informan	Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya karena sebelum belanja itu ada ada deskripsi produk nya dan juga review tentang barang tersebut.
Peneliti	<i>Mengevaluasi alternative</i> Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?

Informan	Sebelum memutuskan belanja online, saya melakukan evaluasi dari produk yang ingin saya beli.
Peneliti	Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli sesuai dengan kebutuhan
Peneliti	<i>Keputusan pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
Informan	Jika produk sesuai dengan keinginan dan murah.
Peneliti	<i>Evaluasi Pasca Pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
Informan	Saya memutuskan membeli produk tersebut secara online apabila produk itu tidak ada ditoko maka hal ini memutuskan melakukan pembelian online.
Informan	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya ?
Informan	Tidak lagi membeli produk tersebut ditempat pemesanan yang sama.

Responden 8:

Nama : Nurul Mutmainnah
 Umur : 20 Tahun
 Status/ pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Jl. Dr. Ratulangi

Pertanyaan Wawancara

Karakteristik
 Perilaku
 Konsumen

Peneliti Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?

- Informan Pernah melakukan belanja online
- Peneliti Apakah anda sering melakukan belanja online?
- Informan Sering melakukan belanja online
- Peneliti Selama masa pandemi apakah anda lebih sering melakukan belanja online dibanding sebelum pandemi covid-19?
- Informan Lebih sering melakukan belanja online
- Peneliti Apa alasan anda lebih memilih untuk melakukan belanja online dimasa pandemi covid-19?
- Informan Karna selama pandemi itu tidak boleh adanya kontak langsung atau harus melakukan jaga jarak. Jadi saya lebih memilih atau memanfaatkan aplikasi untuk belanja online dan juga lebih mempermudah.
- Peneliti apakah anda lebih senang belanja secara langsung atau lebih memilih belanja online?
- Informan Lebih memilih belanja online karna belanja online juga menghemat waktu.
- Peneliti Apakah ada perubahan terkait perilaku belanja anda dimasa pandemi covid-19?
- Informan Kalau saya pribadi tidak ad perubahan perilaku belanja saya selama pandemi karna saya memang lebih sering untuk melakukan belanja online.
- Peneliti Bagaimana gambaran tentang perubahan perilaku anda dalam belanja online selama pandemi covid-19?
- Informan Jadi perilaku belanja saya sebelum atau selama pandemi itu tidaka perubahan karena dari awal saya memang lebih sering melakukan belanja online.
- Peneliti Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?
- Informan Pakian, sepatu dan tas.
- Peneliti Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?
- Informan Karna lebih murah ditambah selama pandemi itu tidak boleh adanya kontak langsung atau harus melakukan jaga jarak. Jadi saya lebih memilih atau memanfaatkan aplikasi untuk belanja online dan juga lebih mempermudah.

Faktor Budaya

- Peneliti: Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
- Informan: Adanya keinginan sendiri untuk dan juga lebih senang untuk melakukan belanja secara online.
- Peneliti: Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online dan bagaimana pengaruhnya terhadap anda?
- Informan: Ada pengaruhnya, karena ketika melihat temansaya melaukan belanja online maka timbul dalam diri untuk belanja online sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Faktor Sosial

- Peneliti: Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
- Informan: Bagi saya teman juga mempengaruhi saya untuk belanja online.
- Peneliti: Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
- Informan: Ada pengaruhnya dari teman sehingga mempengaruhi untuk belanja online sehingga timbul rasa ingin melakukan belanja online.
- Peneliti: Apakah peran dan status yang ada dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk memutuskan belanja secara online?
- Informan: Tidak pengaruhnya bagi saya.

Faktor Pribadi

- Peneliti: Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
- Informan: Saya memutuskan untuk belanja online itu melihat dengan kondisi ekonomi saya.
- Peneliti: Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
- Informan: Saya tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.

Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Peneliti	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Psikologis	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Sebelum membeli saya melihat dulu kualitas dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Saya membeli produk tersebut jika sesuai dengan kebutuhan atau keinginan saya secara pribadi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya ketika teman atau keluarga yang merekomendasikan produk tersebut.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Saya membeli suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima barang yang sudah saya pesan meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan.
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya tetap menerima produk tersebut karena barangnya juga sudah datang meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya. Karena barangnya juga sudah datang.
Peneliti	<i>Pencarian informasi</i> Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum

	melakukan belanja online?
Informan	Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut.
Peneliti	Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
Informan	Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online.
Peneliti	<i>Mengevaluasi alternative</i> Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Saya melakukan evaluasi sebelum memutuskan belanja online.
Peneliti	Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
Informan	Jadi saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya akan melihat review dari orang-orang yang sudah membeli produk tersebut.
Peneliti	<i>Keputusan pembelian</i> Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
Informan	Jika produk sudah sesuai dengan keinginan saya makan saya akan memutuskan membeli produk tersebut.
Peneliti	<i>Evaluasi Pasca Pembelian</i> Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Jadi setelah saya melakukan pembelian saya merasa puas terhadap produk yang saya beli itu.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?
Informan	Saya akan tetap membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya dengan tempat atau toko yang berbeda.

Responden 9:

Nama : Sitti Sholehah
 Umur : 23 Tahun
 Status/ pekerjaan : IRT

Alamat : Jl. Dr. Ratulangi

Pertanyaan Wawancara

Karakteristik
Perilaku
Konsumen

Peneliti Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid-19?

Informan Pernah melakukan belanja online

Peneliti Apakah anda sering melakukan belanja online?

Informan Sering melakukan belanja online

Peneliti Selama masa pandemi apakah anda lebih sering melakukan belanja online dibanding sebelum pandemi covid-19?

Informan Lebih sering melakukan belanja online

Peneliti Apa alasan anda lebih memilih untuk melakukan belanja online dimasa pandemi covid-19?

Informan Karna selama pandemi itu tidak boleh adanya kontak langsung atau harus melakukan jaga jarak karena adanya covid-19. Dan untuk mengurangi penyebaran virus covid-19.

Peneliti apakah anda lebih senang belanja secara langsung atau lebih memilih belanja online?

Informan Lebih memilih belanja online karna belanja online juga menghemat waktu.

Peneliti Apakah ada perubahan terkait perilaku belanja anda dimasa pandemi covid-19?

Informan Kalau saya pribadi tidak ada perubahan perilaku belanja saya selama pandemi karna saya memang lebih sering untuk melakukan belanja online.

Peneliti Bagaimana gambaran tentang perubahan perilaku anda dalam belanja online selama pandemi covid-19?

Informan Jadi perilaku belanja saya sebelum atau selama pandemi itu tidak ada perubahan karena dari awal saya memang lebih sering melakukan belanja online.

Peneliti Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?

Informan	Pakaian, make up, sandal, sepatu dan tas.
Peneliti	Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?
Informan	Karena produk tersebut dibutuhkan untuk di pakai dan dalam belanja online juga lebih praktis.
Faktor Budaya	
Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	karena melihat di media social seperti di shopee, tiktok shop dan facebook dengan banyaknya produk yang ditawarkan sehingga saya tertarik untuk membeli produk tersebut.
Peneliti	Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya terhadap saya karena melihat orang-orang atau keluarga melakukan belanja online jadi saya juga memutuskan untuk belanja online.
Peneliti	Bagaimana kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Apabila teman atau keluarga ada merekomendasikan membeli produk tersebut, bila sesuai dengan keinginan maka timbulah keinginan untuk membeli produk tersebut.
Faktor Sosial	
Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Teman dan keluarga juga mempengaruhi saya memutuskan belanja online.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Apabila teman atau keluarga ada merekomendasikan membeli produk tersebut, bila sesuai dengan keinginan maka timbulah keinginan untuk membeli produk tersebut.
Peneliti	Apakah peran dan status yang ada dilingkungan anda mempengaruhi anda memutuskan belanja online?

Informan	Tidak ada pengaruhnya bagi saya.
Faktor Psikologi	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Sebelum Saya memutuskan belanja itu saya melihat dulu kualitas dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Saya membeli produk tersebut sesuai jika dengan keinginan.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online? Mengapa hal tersebut memepngaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya bagi saya jika produk yang direkomendasikan oleh orang-orang yang ada disekitar kita sesuai dengan keinginan saya.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i>
	Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Saya membeli suatu produk biasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya merasa kecewa jika tidak sesuai keinginan.
Peneliti	Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?

- Informan Saya tetap menerima barang tersebut karena sudah diantarkan.
- Peneliti *Pencarian informasi*
- Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
- Informan Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut apakah barang itu bagus atau tidak.
- Peneliti Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
- Informan Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya dengan melihat deskripsi barangnya.
- Peneliti *Mengevaluasi alternative*
- Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan anda beli sebelum melakukan belanja online?
- Informan Jadi saya melakukan evaluasi sebelum melakukan belanja online.
- Peneliti Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan anda beli sebelum melakukan belanja online?
- Informan Jadi saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli dengan melihat harga produk yang ditawarkan dari aplikasi yang lain.
- Peneliti *Keputusan pembelian*
- Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
- Informan Saya akan membeli produk tersebut dengan melihat dari harga, ongkirnya apabila sudah sesuai dengan keinginan.
- Peneliti *Evaluasi Pasca Pembelian*
- Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai kebutuhan atau keinginan anda?
- Informan Saya akan merasa puas apabila barang yang dipesan sesuai dengan keinginan.

Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda apakah akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?
Informan	Saya tidak akan lagi membeli produk tersebut jika tidak sesuai dengan keinginan ditempat pemesan yang sama.

Responden 10:

Nama	: Novita Sari
Umur	: 26 Tahun
Status/ pekerjaan	: IRT
Alamat	: Jl. Dr. Ratulangi

Pertanyaan Wawancara

Karakteristik Perilaku Konsumen	
Peneliti	Apakah anda pernah melakukan belanja online sebelum atau selama pendemi covid-19?
Informan	Pernah melakukan belanja online
Peneliti	Apakah anda sering melakukan belanja online?
Informan	Tidak sering melakukan belanja online
Peneliti	Selama masa pendemi apakah anda lebih sering melakukan belanja online dibanding sebelum pendemi covid-19?
Informan	Selama masa pendemi ini lebih sering melakukan belanja secara langsung karena saya juga jarang keluar rumah.
Peneliti	Apa alasan anda lebih memilih untuk melakukan belanja online dimasa pendemi covid-19?
Informan	Karna selama pendemi itu tidak boleh adanya kontak langsung atau harus melakukan jaga jarak karena adanya covid-19. Dan untuk mengurangi penyebaran virus covid-19.
Peneliti	apakah anda lebih senang belanja secara langsung atau lebih memilih belanja online?

Informan	Lebih senang belanja langsung karena bisa memilih secara langsung produk yang ingin dibeli.
Peneliti	Apakah ada perubahan terkait perilaku belanja anda dimasa pandemi covid-19?
Informan	Kalau saya pribadi tidak ada perubahan perilaku belanja saya selama pandemi karna saya memang lebih sering untuk melakukan belanja secara langsung.
Peneliti	Bagaimana gambaran tentang perubahan perilaku anda dalam belanja online selama pandemi covid-19?
Informan	Jadi perilaku belanja saya sebelum atau selama pandemi itu tidak ada perubahan karena dari awal saya memang lebih sering melakukan belanja secara langsung misalnya membeli bahan makanan. Tapi kalau untuk kebutuhan lainnya biasa beli secara online tapi jarang.
Peneliti	Jenis produk apa saja yang dibeli dalam belanja online sebelum dan selama covid-19?
Informan	Pakaian dan make up
Peneliti	Mengapa memilih produk tersebut untuk dibeli secara online selama pandemi covid-19?
Informan	Karena kebutuhan dan belanja online lebih menghemat waktu, praktis dan dalam belanja bebas untuk memilih untuk membeli produk yang diinginkan karna banyak pilihan.
Faktor Budaya	
Peneliti	Apa yang menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin untuk melakukan belanja online?
Informan	Pengaruh itu karena keinginan sendiri
Peneliti	Apakah kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya terhadap saya melihat orang-orang melakukan belanja online jadi saya juga memutuskan untuk belanja online.
Peneliti	Bagaimana kelompok social yang ada dilingkungan anda memiliki pengaruh terhadap anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Saya mendengar atau adanya rekomendasi dari orang-orang tentang barang tersebut kalau itu barang bagus jadi saya mencari produk tersebut apalagi kalau sudah sesuai dengan kebutuhan atau keinginan.
Faktor Sosial	

Peneliti	Apakah keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Jadi bagi saya keluarga dan teman menjadi pengaruh untuk memutuskan belanja online.
Peneliti	Bagaimana keluarga, masyarakat, teman atau rekan kerja anda menjadi pengaruh atau pendorong sehingga anda ingin melakukan belanja online?
Informan	Jadi pengaruhnya itu ketika melihat keluarga atau teman membeli barang tersebut dan produk tersebut bagus maka muncullah keinginan untuk membelinya.
Peneliti	Apakah peran dan status yang dilingkungan anda mempengaruhi anda memutuskan belanja online?
Informan	Tidak adanya pengaruh nya.
Faktor Pribadi	
Peneliti	Dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk baik secara online maupun offline apakah anda membeli sesuai dengan kondisi ekonomi anda?
Informan	Saya memutuskan untuk belanja online itu melihat dengan kondisi ekonomi saya.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang ingin anda beli tidak sesuai dengan kondisi ekonomi anda? Apakah anda tetap membelinya atau tidak? Mengapa?
Informan	Saya melihat dulu harga bang jika uang mencukupi maka saya memutuskan untuk mebeli jika tidak saya tidak akan membeli produk tersebut jika kondisi ekonomi saya tidak mencukupi.
Peneliti	Bagaimana pengaruh gaya hidup seseorang yang dilingkungan anda mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.

Peneliti	Apakah pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online sebelum atau selama pandemi covid- 19? Bagaimana pekerjaan mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Tidak ada pengaruhnya karena saya memutuskan untuk belanja online karena adanya keinginan sendiri sesuai dengan kebutuhan.
Faktor Psikologis	
Peneliti	Apakah anda membeli suatu produk karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Yang pasti ebelum Saya memutuskan belanja itu saya melihat dulu kualitas dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian.
Peneliti	Bagaimana anda memutuskan untuk membeli suatu produk apakah karena memiliki kualitas yang bagus atau hanya ingin memuaskan keinginan anda melakukan belanja online?
Informan	Saya membeli produk tersebut jika sesuai kebutuhan dan keinginan.
Peneliti	Bagaimana pengaruh atau persepsi orang-orang yang ada disekitar anda tentang suatu produk mempengaruhi anda untuk melakukan belanja online?
Informan	Ada pengaruhnya jika produk yang direkomendasikan oleh teman sesuai dengan keinginan itupun jika ekonomi mencukupi. Maka muncullah keinginan untuk belanja online.
Keputusan Pembelian Konsumen	
Peneliti	<i>Pengenalan kebutuhan</i> Apakah anda membeli produk secara online sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda?
Informan	Saya membeli suatu produk biasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya.
Peneliti	Bagaimana jika anda membeli produk secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?

- Informan Saya merasa kecewa karena tidak sesuai keinginan.
- Peneliti Bagaimana anda mengatasi hal tersebut jika produk yang dibeli secara online tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan anda?
- Informan Saya tetap menerima produk tersebut meskipun tidak sesuai dengan keinginan saya.
- Peneliti *Pencarian informasi*
Apakah anda mencari informasi tentang suatu produk sebelum melakukan belanja online?
- Informan Sebelum melakukan pembelian produk terlebih dahulu saya mencari informasi tentang produk tersebut apakah barang itu bagus atau tidak.
- Peneliti Bagaimana anda mencari informasi terhadap suatu produk yang akan anda beli secara online?
- Informan Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya. Biasanya seperti tiktok.
- Peneliti *Mengevaluasi alternative*
Apakah anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
- Informan Saya melakukan evaluasi terhadap produk sebelum memutuskan belanja online.
- Peneliti Bagaimana anda melakukan evaluasi terhadap suatu produk yang akan and beli sebelum melakukan belanja online?
- Informan Jadi saya melakukan evaluasi terhadap produk yang ingin saya beli jika saya suka maka saya akan membeli produk tersebut.
- Peneliti *Keputusan pembelian*
Bagaimana anda memutuskan untuk membeli produk tersebut secara online?
- Informan Saya akan membeli produk tersebut apabila sudah sesuai dengan keinginan.
- Peneliti *Evaluasi Pasca Pembelian*
Bagaimana menurut anda setelah melakukan pembelian apakah anda merasa puas terhadap produk yang dibeli secara online sesuai

	kebutuhan atau keinginan anda?
Informan	Saya merasa puas apabila barang yang dipesan sesuai dengan keinginan.
Peneliti	Bagaimana jika produk yang anda beli secara online tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan anda. Apakah anda akan tetap membeli produk tersebut selanjutnya?
Informan	Apabila produk yang saya beli tidak sesuai maka saya tidak akan membeli produk tersebut selanjutnya.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara yang kemukakan oleh beberapa responden maka hal ini dapat menjawab rumusan masalah yang menjadi fokus pada penelitian:

- a. Bagaimana gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja secara online dimasa pandemi covid-19?

Responden 1 : Nova Eksanti

“Responden yang pertama adalah seorang ibu rumah tangga yang sering melakukan belanja online baik sebelum pandemi bahkan selama pandemi covid-19. Jadi ia mengatakan bahwa “: *selama pandemi covid-19 perilaku belanjanya mengalami perubahan karena sebelum pandemi ia juga sering melakukan belanja secara langsung. Tapi selama pandemi ia mengaku lebih sering melakukan belanja online karena adanya larangan untuk keluar dan menjaga jarak untuk menghindari penyebaran virus covid-19 sehingga memilih berbelanja online. dalam berbelanja online juga lebih praktis hanya dengan memesan barang melalui aplikasi tanpa harus keluar rumah adapun aplikasi yang digunakan dalam berbelanja online adalah Shopee dan Facebook*”.²⁷

Responden 2: Rahma

“Responden yang kedua ia mengatakan”: *lebih sering melakukan belanja online. Jadi selama pandemi covid-19 perilaku belanjanya tidak mengalami perubahan karena sebelum pandemi ia memang lebih dominan belanja online karena lebih praktis dan mudah tidak perlu lagi jauh-jauh*

²⁷ Wawancara dengan Ibu Nova Eksanti , 2022.

untuk keluar rumah membeli produk yang di butuhkan di tambah dengan diterapkannya PSSB sehingga adanya larangan untuk keluar rumah dan menjaga jarak. Karena sekarang zaman nya serba online jadi hanya dengan membuka aplikasi belanja online seperti shopee dan tiktok kita bisa memesan barang yang di inginkan atau dibutuhkan adapun sistem pembayaran bisa COD tapi kekuranganya belanja online itu biasanya ada yang tidak sesuai dengan keinginan.²⁸

Responden 3: Fani

*“Responden yang ke tiga adalah seorang mahasiswa ia mengatakan”:
pernah melakukan belanja online tapi selama pendemi tidak sering juga melakukan belanja online. tapi ia juga mengatakan perilaku belanja mengalami perubahan karena selama pendemi ia jarang keluar rumah jadi lebih praktis melakukan belanja online.²⁹*

Responden 4: Wanda Lestari

*“Responden yang ke empat ia mengatakan”:
sering melakukan belanja online selama pendemi covid-19. Jadi perilaku belanja nya mengalami perubahan karena selama pendemi lebih sering melakukan belanja online kerna selama pendemi covid-19 itu banyak toko yang tutup karena adanya anjuran dari pemerintah untuk tetap dirumah saja. Dan susah untuk keluar kota jadi lebih memilih belanja online. dalam belanja online itu harga nya lebih murah.³⁰*

Responden 5: Hasfin Putri

*“Responden ke lima adalah seorang mahasiswa mengatakan”:
yang sering melakukan belanja apalagi selama pendemi covid-19. Jadi perilaku belanja nya mengalami perubahan yang mana Perubahan nya itu lebih sering melakukan belanja online karena adanya virus covid-19 yang harus dihindari karena selama masa pendemi itu adanya larangan untuk keluar rumah atau berinteraksi untuk menjaga jarak jadi lebih sering dirumah saja. Selain itu belanja online juga lebih mudah di akses, murah dan adanya gratis ongkir.³¹*

Responden 6: Anggun

*“Responden yang ke enam adalah seorang mahasiswa ia mengatakan”:
tidak pernah melakukan belanja online. tapi selama pendemi perilaku belanjanya mengalami perubahan karena Sebelumnya belum pernah*

²⁸ Wawancara dengan Ibu Rahma, 2022.

²⁹ Wawancara dengan Fani, 2022.

³⁰ Wawancara dengan Wanda Lestari, 2022.

³¹ Wawancara dengan Hasfin Putri, 2022.

*melakukan belanja online tetapi selama masa pandemi ini lebih sering belanja online bahkan setiap minggu. Ia juga senang melakukan belanja online karena tidak perlu lagi keluar rumah untuk melakukan belanja sehingga mengurangi waktu yang ada. Jadi dengan melakukan belanja online hanya perlu memesan melalui handphone untuk memesan kemudian akan diantarkan.*³²

Responden 7: Sary

*“Responden yang ketujuh adalah seorang wiraswasta ia mengatakan”: tidak sering melakukan belanja online. Tapi selama pandemi perilaku belanjanya mengalami perubahan karena selama pandemi lebih sering melakukan belanja online karena masalah nya tidak boleh berinteraksi dengan banyak orang tidak bisa keluar rumah walaupun keluar rumah hanya yang penting saja tapi kalau untuk belanja selama masih bisa belanja online lebih memilih belanja online. Tapi setelah pandemi berakhir kemabali lagi untuk belanja secara langsung jadi selama pandemi saja untuk melakukan belanja online. Kalau untuk kebutuhan sehari hari hanya tertentu saja kalau memang barang nya jauh dan sangat dibutuhkan jadi dipesan tapi kalau masih bisa dibeli langsung hanya beli langsung dari pada dipesan.*³³

Responden 8: Nurul Mutmainnah

*“Responden yang ke delapan adalah seorang mahasiswa ia mengatakan”: selama masa pandemi sering melakukan belanja online Karna selama pandemi itu tidak boleh adanya kontak langsung atau harus melakukan jaga jarak. Jadi saya lebih memilih atau memanfaatkan aplikasi untuk belanja online dan juga lebih mempermudah. ia juga mengatakan tidak ada perubahan perilaku belanja nya selama pandemi memang lebih sering melakukan belanja online.*³⁴

Responden 9: Siti Sholeha

*“Responden yang sembilan adalah ibu rumah tangga ia mengatakan”: tidak adanya perubahan perilaku belanjanya selama pandemi covid-19 karena sebelum atau selama pandemi memang lebih sering melakukan belanja online.*³⁵

Responden 10: Novita Sari

³² Wawancara dengan Anggun, 2022.

³³ Wawancara dengan Ibu Sary, 2022.

³⁴ Wawancara dengan Nurul Mutmainnah, 2022.

³⁵ Wawancara dengan Ibu Sitti Sholeha, 2022.

“Responden yang ke sepuluh adalah ibu rumah tangga ia mengatakan”: *tidak sering melakukan belanja online. jadi perubahan perilaku belanjanya juga tidak ada perubahan sebelum atau selama pandemi karena dari awal saya memang lebih sering melakukan belanja secara langsung misalnya membeli bahan makanan. Tapi kalau untuk kebutuhan lainnya biasa beli secara online tapi jarang lebih suka belanja langsung karena kalau belanja secara online biasanya barang yang di pesan tidak sesuai dengan keinginan.*³⁶

Berdasarkan hasil penelitian dari ungkapan-ungkapan dari responden mengenai perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan berbelanja secara online dimasa pandemi covid-19 khususnya masyarakat dikelurahan balandai ada beberapa responden yang mengatakan tidak adanya perubahan perilaku belanjanya selama pandemi covid-19 karena sebelum atau selama pandemi memang sering melakukan belanja online. tapi selama pandemi itu tidak boleh adanya kontak langsung atau harus melakukan jaga jarak. Jadi ia lebih memilih atau memanfaatkan aplikasi untuk belanja online dan juga lebih mempermudah dan praktis.

Selain itu, ada juga beberapa responden yang mengalami perubahan perilaku belanjanya selama pandemi covid-19 karena selama pandemi ia lebih sering melakukan belanja online dengan alasan tidak boleh berinteraksi dengan banyak orang dan tidak bisa keluar rumah untuk mengurangi penyebaran virus covid-19. ada juga yang mengatakan senang melakukan belanja online karena tidak perlu lagi keluar rumah untuk melakukan belanja sehingga mengurangi waktu yang ada. Jadi dengan melakukan belanja online hanya perlu memesan melalui handphone untuk memesan barang yang di inginkan kemudian akan diantarkan kerumah.

³⁶ Wawancara dengan Ibu Novita Sari, 2022.

- b. Apa yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan berbelanja secara online dimasa pendemi Covid-19?

Berdasarkan informasi dari beberapa responden mengatakan penyebab terjadi perubahan perilaku belanjanya sehingga memutuskan berbelanja secara online dimasa pendemi Covid-19 salah satunya karena adanya virus covid-19. Untuk menghindari hal tersebut jadi responden yang sebagai konsumen lebih memilih untuk melakukan belanja online karena selama pendemi itu lebih banyak melakukan aktivitas dirumah apalagi sejak diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar maupun *sosial distancing* oleh pemerintah untuk menjaga jarak dan berinteraksi secara langsung dengan banyak orang. Sehingga konsumen tersebut beralih ke pembelian secara online untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

Selain itu penyebab lainnya para responden memutuskan melakukan belanja online karena berbelanja online itu lebih mudah, praktis dan menghemat waktu hanya dengan membuka aplikasi belanja online melalui seperti shopee, facebook, tiktok shop, lazada dan lainnya melalui handphone kita bisa memesan barang yang diinginkan dan bebas untuk memilih barang karena begitu banyak pilihan barangnya dan harganya lebih murah dan terdapat potongan harga, gratis ongkir, dan sistem COD.

B. Pembahasan

Hasil penelitian yang telah ditemukan oleh penulis akan menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh penulis menunjukkan tentang gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan untuk berbelanja secara online dan penyebab perilaku konsumen

sehingga memutuskan untuk berbelanja secara online karena terdapat adanya beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen memutuskan melakukan belanja online utamanya dimasa pandemi covid-19. Maka penulis akan menjawab rumusan masalah pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja secara online dimasa pandemi covid-19.

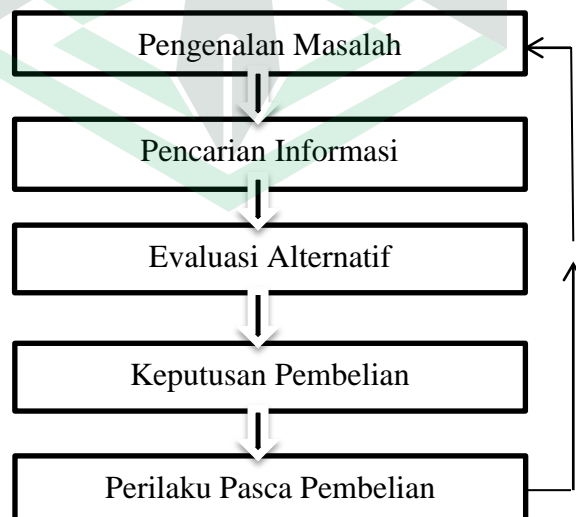
Sebelumnya, penulis telah menjelaskan bahwa terdapat adanya perubahan perilaku konsumen sehingga memutuskan belanja secara online dimasa pandemi covid-19 karena adanya peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk menjaga jarak, tidak boleh berinteraksi dengan banyak orang, dan adanya larangan untuk keluar rumah dengan tujuan untuk mengurangi penyebaran virus covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan yang telah disampaikan oleh beberapa konsumen kepada penulis mengatakan bahwa selama pandemi covid-19 perilaku belanjanya mengalami perubahan karena sebelum pandemi ia juga sering melakukan belanja secara langsung. Tapi selama pandemi ia mengaku lebih sering melakukan belanja online karena adanya larangan untuk keluar dan menjaga jarak untuk menghindari penyebaran virus covid-19 sehingga memilih untuk berbelanja online.

Selain itu, ada beberapa konsumen yang tidak terjadi adanya perubahan perilaku belanjanya selama pandemi covid-19 karena sebelum atau selama pandemi memang lebih sering melakukan belanja online ditambah dengan

muncul nya virus covid-19 sehingga belanja online menjadi pilihan yang tepat untuk dilakukan dimasa pendemi guna mengurangi penyebaran virus covid-19.

Hal ini sejalan dengan kesimpulan hasil penelitian Agnesia Amanda Lantang dkk menunjukkan bahwa kegiatan berbelanja secara online yang dilakukan oleh masyarakat mengalami peningkatan karena adanya pertaturan yang ditetapkan oleh pemerintah untuk tetap dirumah saja sehingga masyarakat lebih memilih untuk belanja secara online karena lebih efisien.³⁷

Adapun proses atau tahapan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller. Jadi untuk lebih memahami lebih jelas perbedaan proses atau tahapan pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sebelum pendemi covid-19 dan selama pendemi covid-19 dapat digambarkan dalam bentuk dibawah ini:



Gambar : 4.2 Proses keputusan pembelian sebelum pendemi covid-19

³⁷ Agnesia Amanda Lantang, Sheiley Y.V.I Goni, and Evie A.A. Suwu, "Efektivitas Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Masa Pendemi Covid-19 Di Desa Popareng Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan," *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 2 (2022): 11, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/40103>.

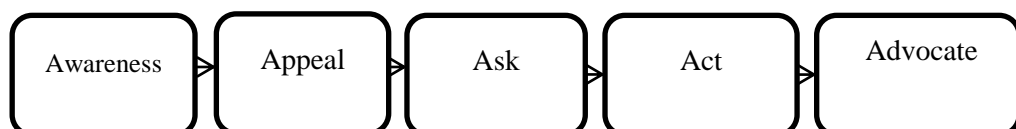
Dengan melihat gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa ada enam proses atau tahapan sebelum konsumen memutuskan pembelian dimasa pandemi covid-19 diantaranya sebagai berikut:

- a. pengenalan kebutuhan: yaitu proses membeli yang dimulai dari pengenalan masalah atau kebutuhan. hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan yang dikatakan oleh Ibu Nova dalam wawancara penelitian: *“saya membeli produk itu sesuai dengan kebutuhan atau keinginan saya”* hal ini secara bersama mewakili apa yang dikatakan oleh konsumen atau responden lainnya dalam wawancara penelitian.
- b. Pencarian informasi: Sebelum membeli produk yang di inginkan maka konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibelinya. hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan yang dikemukakan oleh fani ia mengatakan: *“Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online melihat deskripsi produknya”*. Jadi sebelum memutuskan melakukan pembelian ia melakukan pencarian informasi dari produk tersebut.
- c. Evaluasi alternative: Tahap dimana konsumen akan melakukan evaluasi terhadap produk yang akan dibelinya. hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan oleh kak wanda ia mengatakan: *“sebelum saya memutuskan untuk belanja online saya melakukan evaluasi produk dibagian ulasannya apakah barangnya bagus atau tidak”*. Hal ini menjadi bukti bahwa sebelum memutuskan pembelian terlebih dahulu ia melakukan evaluasi.
- d. Keputusan pembelian: Tahap dimana konsumen akan menentukan untuk membeli produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. hal ini dapat

dibuktikan dari pernyataan Ibu Sary ”*sebelum saya memutuskan melakukan pembelian saya akan melihat produk tersebut apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dengan melihat dari harga, ongkirnya apabila sudah sesuai dengan keinginan saya*” selain itu, konsumen akan melakukan perbandingan dengan produk yang lain sebelum membeli produk tersebut. Hal ini sejalan apa yang dikatakan oleh kak wanda “ *saya melakukan perbandingan antara produk yang satu dengan yang lainnya sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian*”.

- e. Evaluasi pasca pembelian: setelah konsumen melakukan pembelian, konsumen akan menentukan apakah ia merasa puas dengan produk tersebut atau tidak. Hal ini dapat dibuktikan dari informasi yang dikatakan oleh Ibu Novi “*Saya akan merasa puas apabila barang yang dipesan sesuai dengan keinginan saya*” jadi hal ini dapat dibuktikan atau menjelaskan bahwa konsumen akan merasakan kepuasan setelah melakukan apabila barang yang dibelinya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nya. dan jika sesuai dengan keinginan maka konsumen tidak akan membeli lagi produk tersebut.

Selain itu ada proses atau tahapan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian setelah pandemi covid-19 dapat digambarkan dalam bentuk dibawah ini:



Gambar : 4.3 Proses keputusan pembelian setelah pandemi covid-19³⁸

³⁸ Kotler (2007): *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 99-100.

Dengan melihat gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa ada lima proses atau tahapan yang terjadi jika konsumen memutuskan pembelian online setelah pandemi covid-19 diantaranya sebagai berikut:

- a. Awareness atau kesadaran: yaitu keadaan dimana konsumen sadar dengan adanya produk yang mana mereka mungkin pernah mendengar dari teman, melalui iklan atau sudah mengetahui produk secara langsung. Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan yang dikatakan oleh Ibu Novita dalam wawancara penelitian *“saya mengetahui sebuah produk yang merekomendasikan dari teman apabila sesuai dengan keinginan atau kebutuhan makan saya akan memutuskan membeli produk tersebut”* hal ini secara bersama mewakili apa yang dikatakan oleh konsumen atau responden lainnya dalam wawancara penelitian.
- b. Appeal atau menarik: yaitu kondisi dimana konsumen sudah mulai kepo dengan produk tersebut. kemudian konsumen akan mencari tau produk tersebut melalui media sosial seperti facebook, instagram dan lainnya. Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan yang dikemukakan oleh Kak Wanda ia mengatakan *“Saya mencari informasi produk melalui aplikasi belanja online atau media social lainnya. Karena sebelum belanja itu ada ada deskripsi produk nya serta adanya review orang-orang tentang barang tersebut”*. Jadi sebelum memutuskan melakukan pembelian ia melakukan pencarian informasi dari produk tersebut.
- c. Ask atau bertanya: Tahap dimana konsumen akan mencari tau tentang produk tersebut secara rinci tentang produk yang ditawarkan mulai dari

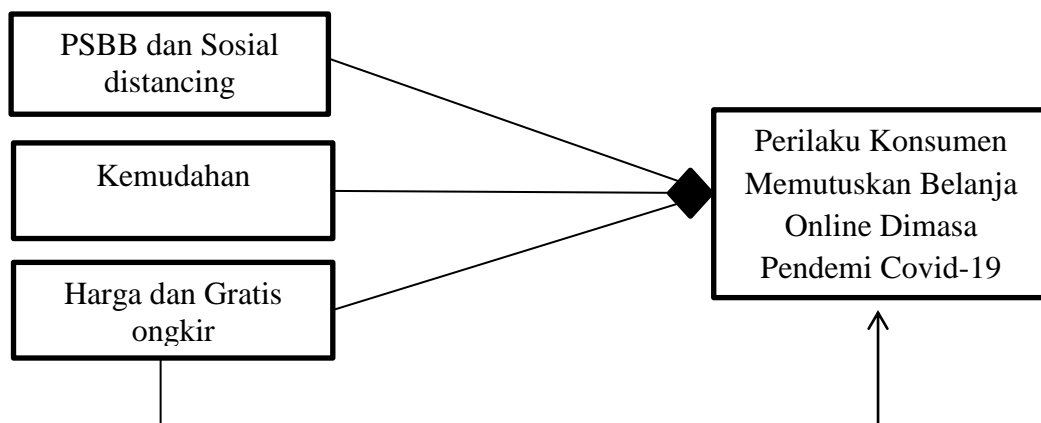
harga, ukuran, ketersediaan dan lain-lain. Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan oleh Fani ia mengatakan *“sebelum saya memutuskan untuk pembelian terlebih dahulu saya mencari tau tentangta produk yang ingin di beli dengan melihat gambarnya, keterangan dari produk serta review atau ulasan dari orang-orang yang sudah membeli produk tersebut apakah barangnya bagus atau tidak.* Hal ini menjadi bukti bahwa sebelum memutuskan pembelian terlebih dahulu ia melakukan evaluasi.

- d. Act atau bertindak: Tahap dimana konsumen akan menentukan untuk membeli produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan Ibu Sary *”sebelum saya memutuskan melakukan pembelian saya akan melihat produk tersebut apakah sudah seseuai dengan kebutuhan dan keinginan dengan melihat dari harga, ongkirnya apabila sudah sesuai dengan keinginan saya”* dalam hal ini dimana konsumen sudah percaya dan melakukan order.
- e. Advocate atau menganjurkan: tahap setelah konsumen melakukan pembelian, kemudian konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada teman-temannya secara langsung atau melalui story media sosial. Hal ini dapat dibuktikan dari informasi yang dikatakan oleh Ibu Novita dalam wawancara penelitian *“saya mengetahui sebuah produk yang rekomendasikan dari teman apabila sesuai dengan keinginan atau kebutuhan makan saya akan memutuskan membeli produk tersebut”* hal ini secara bersama mewakili apa yang dikatakan oleh konsumen atau responden lainnya dalam wawancara penelitian.

Dengan melihat gambaran proses atau tahapan keputusan pembelian konsumen dalam belanja online sebelum dan setelah pandemi covid-19 dapat disimpulkan bahwa adanya perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online setelah pandemi covid-19. Selain itu, perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dimasa pandemi covid-19 mengalami perubahan karena adanya peraturan yang telah di terapkan oleh pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar dan Social Distancing dengan tujuan untuk mengurangi penyebaran virus covid-19 sehingga konsumen memutuskan belanja online dimasa pandemi covid-19.

2. Penyebab terjadinya perilaku konsumen dalam memutuskan belanja secara online dimasa pandemi covid-19.

Selama pandemi covid-19 telah terjadi perubahan-perubahan pada perilaku konsumen utamanya dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini terjadi disebabkan karena terbatasnya segala kegiatan yang biasa dilakukan oleh konsumen selama pandemi covid-19. Yang menjadi penyebab konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pandemi covid-19 terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Hal ini dapat digambarkan untuk melihat lebih jelas penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pandemi covid-19 sebagai berikut:



Gambar 4.4 Perilaku Konsumen Memutuskan Belanja Online

Dengan melihat gambar diatas terdapat faktor-faktor yang menjadi penyebab perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pandemi covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari informasi yang ditemukan oleh penulis melalui wawancara kepada konsumen tentang apa yang menjadi penyebab terjadinya perilaku konsumen sehingga memutuskan belanja secara online dimasa pandemi covid-19 karena beberapa faktor diantaranya sebagai berikut:

- a. Peraturan yang diterapkan pemerintah yaitu PSBB dan Sosial distancing

Sebelumnya, penulis telah menjelaskan bahwa terdapat adanya perubahan perilaku konsumen sehingga memutuskan belanja secara online dimasa pandemi covid-19 karena adanya peraturan yang telah di tetapkan oleh pemerintah untuk menjaga jarak, tidak boleh berinteraksi dengan banyak orang, dan adanya larangan untuk keluar rumah dengan tujuan untuk mengurangi penyebaran virus covid-19.

Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan yang telah di ungkapkan oleh responden kepada penulis mengatakan bahwa selama pandemi covid-

19 perilaku belanjanya mengalami perubahan karena sebelum pandemi ia juga sering melakukan belanja secara langsung. Tapi selama pandemi mereka lebih sering melakukan belanja online karena adanya larangan tersebut guna untuk mengurangi penyebaran virus covid-19 sehingga lebih efektif memilih berbelanja online.

Dengan melihat kondisi tersebut, akan berdampak pada perekonomian yang secara tidak terduga terjadi suatu perubahan besar. Maka kondisi tersebut akan membentuk perilaku baru secara simultan kepada para konsumen. Sehingga terdapat adanya dorongan bagi konsumen yang dapat dibuktikan melalui keputusan pembelian yang akan dilakukannya. Hal ini sejalan dengan kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martinus Robert Hutauruk yang menunjukkan bahwa sejak di berlakukannya PSBB oleh pemerintah selama pandemi covid-19 akan membawa fenomena baru. Dalam hal psikologi dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian mengalami perubahan yang sangat berbeda dari sebelumnya.³⁹

b. Faktor Kemudahan

Salah satu penyebab konsumen memutuskan untuk melakukan belanja online selama pandemi covid-19 karena dipengaruhi oleh faktor kemudahan dalam belanja online. Selama pandemi covid-19 perilaku konsumen mengalami perubahan dalam melakukan segala aktivitas nya

³⁹ Martinus Robert Hutauruk, "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok di Samarinda," *Jurnal Riset Inossa* 2, no. 1 (2020): 13, <https://ojs.samarindakota.go.id/index.php/jri/article/download/17/11>.

seperti bekerja, belajar berbelanja semuanya dilakukan secara online guna mengurangi penyebaran virus covid-19.

Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan salah satu konsumen yang mengatakan selama pandemi covid-19 itu banyak toko yang tutup karena adanya anjuran dari pemerintah untuk tetap dirumah saja dan susah untuk keluar rumah dan keluar kota jadi lebih memilih belanja online. Selain itu alasan konsumen memilih untuk belanja online karena lebih mudah, praktis dan menghemat waktu. Hanya dengan memesan barang melalui aplikasi belanja online seperti shopee, facebook, tiktok shop dan lainnya kemudian barang yang dipesan akan diantarkan langsung kerumah. Oleh karena itu belanja online menjadi pilihan konsumen sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian dimasa pandemi covid-19.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hanifah dan Dedi Rianto Rahadi yang menunjukkan bahwa adanya faktor kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa sehingga memutuskan untuk melakukan belanja online baik melalui media sosial maupun e-commerce.⁴⁰

c. Harga, Gratis ongkir dan sistem *COD*

Penyebab konsumen memutuskan belanja online karena harganya lebih murah dan juga terdapat potongan harga adanya dan gratis ongkir. sehingga hal ini mendorong konsumen memutuskan melakukan

⁴⁰ Nurul Hanifah dan Dedi Rianto Rahadi, "Analisi Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, no. 2 (2020): <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i2.206>.

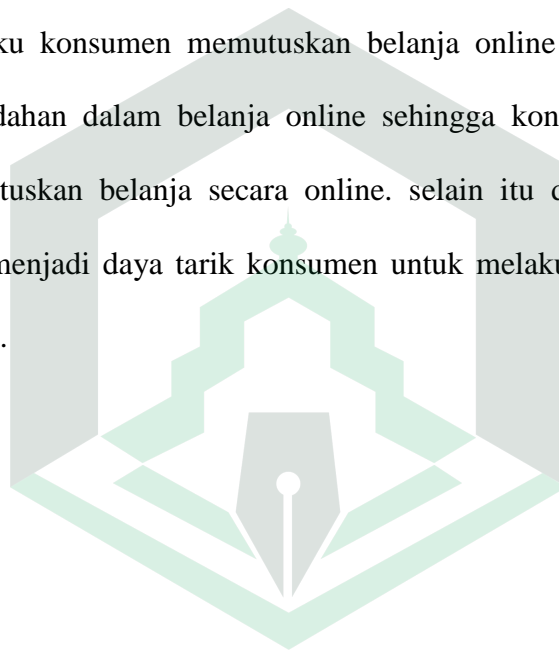
pembelian secara online. Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan para konsumen yang mengatakan bahwa yang menjadi penyebab atau alasan konsumen memilih untuk memutuskan belanja online karena adanya promo dan potongan harga yang ditawarkan dan juga banyak barang yang ditawarkan sehingga konsumen bebas untuk memilih barang atau produk yang di inginkan, adanya gratis ongkir ke seluruh wilayah Indonesia, selain itu sistem pembayarannya bisa *COD*. Jadi dalam hal memberikan keuntungan bagi konsumen untuk mengurangi biaya pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan selama pandemi covid-19. Sehingga membawa dampak dan perubahan perilaku belanja konsumen sehingga memutuskan belanja secara online. Selain itu, setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda mulai dari pakaian, sepatu, alat Make Up bagi remaja maupun dewasa serta peralatan rumah tangga bagi ibu rumah tangga dan kebutuhan rumah tangga lainnya.

Hal ini sejalan dengan kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iik Arif Rahman dan Redi Panuju yang menunjukkan bahwa potongan harga dan gratis ongkir menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian. Sedangkan sistem pembayaran *COD* memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen untuk bertransaksi.⁴¹

Dari hasil penelitian oleh penulis mengenai perilaku konsumen dalam belanja online selama era covid-19 (Studi Kasus pada Kelurahan

⁴¹ Iik Arif Rahman dan Redi Panuju, "Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 2 (Desember, 2017): 223, <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>.

Balandai Kec. Bara Kota Palopo) secara garis besar dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa terjadi nya perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pendemi covid-19 serta penyebab perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dalam dimasa pendemi covid-19 karena adanya peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah untuk tetap dirumah saja untuk menjaga jarak guna mengurangi penyebaran virus covid-19. Selain itu, adapun penyebab perilaku konsumen memutuskan belanja online karena adanya faktor kemudahan dalam belanja online sehingga konsumen memilih untuk memutuskan belanja secara online. selain itu discount, gratis ongkir juga menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian secara online.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara tentang perilaku konsumen dalam belanja online selama era covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo) maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Gambaran perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online dimasa pendemi covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online setelah pendemi covid-19. Selain itu perilaku konsumen mengalami perubahan karena selama pendemi covid-19 itu lebih banyak melakukan aktivitas dirumah apalagi sejak diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar maupun sosial distancing yang diterapkan oleh pemerintah untuk menjaga jarak dan berinteraksi secara langsung dengan banyak orang. Sehingga konsumen tersebut beralih ke pembelian secara online untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan nya. Selain itu juga ada beberapa konsumen yang memang belanja secara online nya lebih meningkat selama pendemi covid-19 karena sebelum pendemi lebih sering melakukan belanja online.
2. Penyebab terjadinya perilaku konsumen memutuskan belanja online dimasa pendemi covid-19 dipengaruhi oleh diterapkannya PSBB dan Social distancing oleh pemerintah, Serta adanya faktor kemudahan dalam belanja

online sehingga konsumen memilih untuk memutuskan belanja secara online. selain itu, harga nya lebih murah dan terdapat potongan harga, gratis ongkir dan sistem COD yang menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian secara online

B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti akan memberikan saran dan masukan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mengembangkan penelitian ini agar mendapatkan data yang lebih detail dan mengkaji lebih dalam lagi mengenai perilaku konsumen dalam memutuskan belanja online.
2. Bagi masyarakat yang memutuskan belanja online dimasa pendemi covid-19 sudah menjadi pilih yang tepat memutuskan belanja online dimasa pendemi guna mengurangi penyebaran virus covid-19 dengan mematuhi aturan yang diterapkan oleh pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Andrian Pratama, 'Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia', *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3, no.1 (2021), 13 <<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3il.181>>
- Firmansyah M. Anang: *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish, 2018.
- Guzman, Kurniawan Candra, and Nina Oktarina, "Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga," *Economic Education Analysis Journal* 7, no.1 (2018): 307.
- Hadist Nabi: Apa yang diharamkan oleh Allah dalam kitab nya adalah halal dan apa yang diharamkan Allah di dalam kitab nya adalah haram, dan apa yang didiamkan (tidak diterangkan). Maka barang itu termasuk yang dimaafkan, (*HR. Ibnu Majah dan Tirmidzi*).
- Halim et al., life: *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hanifah, Nurul,dan Dedi Rianto Rahadi, "Analisis Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pendemi Covid-19," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, no. 2 (2020): 112.
- Harahap, Dedy Anasari, and Dita Amanah, "*Perilaku Belanja Online Di Indonesia*," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9, no. 9 (2018): 195-196.
- Hardiyanto, Nugroho, Arie Indra Gunawan, Wahyu Rafdinal, dan Nur Choirul, "Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pendemi Covid-19," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 6, no. 3, (2020): 120.
- Harsey et al., life: *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hawkings et al., life: *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Herianto, Andi Ajeng Tenri Lala, and Nurpasila, "Perilaku Konsumsi Sebelum

- dan Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia: Studi Perbandingan,” *Jurnal Of Islamics and Finance Studies* 2, no.1 (juni, 2021): 95.
- Hutauruk, Martinus Robert, “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok di Samarinda,” *Jurnal Riset Inossa* 2, no. 1 (2020): 13,
<https://ojs.samarindakota.go.id/index.php/jri/article/download/17/11>.
- Irwansyah, Rudi, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika Muhammad Hasan, Kurniawan, Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki Ambar Sri Lestari, Denok Wahyudi Setyo Rahayu, Marisi Butar-butur Hayati Nupus, Imanuddin Hasbih, Elvera, Diana Triwardhani. life: *Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.*
- Kamaluddin dan Muhajirin, ‘Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA)’, *Jurnal Akrab Juara*, 3, no. 3 (2018), 113
 <<http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/278>.>
- Kanuk dan Schiffman: *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Kotler dan Amstrong: *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung: 2021.
- Kotler dan Keller: *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Kotler: *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Kotler: *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish, 2018.
- Lantang, Agnesia Amanda, Sheiley Y.V.I Goni, and Evie A.A. Suwu, “Efektivitas Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Popareng Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan,” *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 2 (2022): 11,

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/40103>.

- Lestari, Indah Tri, dan Widyastuti, “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi pada Pengguna Tokopedia),” *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 2, (2019): 478.
- Lestari, Muji, “Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ilmiah Populer* 3, no. 02, (Desember, 2020): 1.
- M , Aldita Andira, Rachma Ika S, and Uswatun Alvia P.I, “perubahan Perilaku Konsumen Aldita Selama Pandemi Covid-19,” *Seminar Nasional Hubisintek* 2, no. 1 (2021): 1230-1231.
- Nugrahani, Farida: *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Surakarta, 2014.
- Olii, Mohammad Rivai, Maria Heny Pratiknjo, and Jenny Nelly Matheosz. “Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado.” *Jurnal Holistik* 13, no. 4 (Oktober – September, 2020): 2-4.
- Plus, Mark, “Memahami Konsep Customer Path (Konsep 5A,” Techbiz.id, Oktober 20, 2019, <https://techbiz.id/2019/10/memahami-konsep-customer-path-konsep-5a/>.
- Rahman, Iik Arif , dan Redi Panuju, “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 2 (Desember, 2017): 223, <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>.
- Razak, Mashur: *Perilaku Konsumen*,. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Rosdiana, Riski, dan Iyus Akhmad Haris, “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online,” *International Journal of Social Science and Businnes* 2, no. 3 (2018): 169.
- Siagian: *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Silalahi, Rudi Yanto Batara, dan Martuahman Parlindungan Purba, “Perilaku Konsumen Berbelanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9, no. 1 (Maret, 2021): 1.

- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, Erika Revida, Iskanadar Kato, Hijrayanti Sari, Sudung Simatupang, Andriasan Sudarso Muhamad Faisal, Diena Dwidienawati, Tjiptadi, Sisca Mrtono Aggusti, and Yurilla Endah Muliatie. *life: Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Medan, Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sugyono: *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharyono, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2018): 313, <http://dx.doi.org.10.29300/aij.v4i2.1216>.
- Sulkarnain Bahar, Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo, *wawancara* 2022
- Sumarni, Neni, Syifa Pramudita Faddadila, and Robby Fauji, “Perilaku Belanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Disaat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Anjun Karawang),” *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif* 6, no. 1 (2020): 1.
- Suryati, Desi, and Rohmiati Amin, ME, “Pola Konsumsi Islam pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Mataram,” *Jurnal Econetica* 3, no. 1 (mei, 2021): 2.
- Tuggaesti: *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Utari, Prahastiwi, Annisa Fitri, Eko Setyanto, and Chararina Henny, “Belanja Online Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19: Modifikasi Perilaku Konsumen,” *Islamic Communication Journal* 5, no. 2 (2020): 143.
- Q.S Al-Ma'idah, 5:87-88

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1: Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kcc. Bara Kota Palopo).

Yang ditulis oleh :

Nama : Faqruh Nisah N

NIM : 18 0403 0096


Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Palopo, 1 Februari 2023
Pembimbing


Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.EK
NIP: 19870618 201503 1 004

lampiran 2: Nota Dinas Pembimbing

Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :-

Hal : skripsi an. Faqruh Nisah N

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Faqruh Nisah N
NIM : 18 0403 0096
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo).

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Palopo, 1 Februari 2023
Pembimbing



Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.EK
NIP: 19870618 201503 1 004

lampiran 3: Persetujuan Tim Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Perilaku Konsumen dalam Belanja Online selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo) oleh Faqruh Nisah N Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0403 0096, Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, tanggal 11 Januari 2023 bertepatan dengan 18 Jumadil Akhir 1444 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

- | | |
|--|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H
Ketua Sidang | ()
Tanggal: 11 Februari 2023 |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A
Sekertaris Sidang | ()
Tanggal: 11 Februari 2023 |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M
Penguji I | ()
Tanggal: 11 Februari 2023 |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
Penguji II | ()
Tanggal: 11 Februari 2023 |
| 5. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.
Pembimbing Utama | ()
Tanggal: 11 Februari 2023 |

12

lampiran 4: Nota Dinas Tim Penguji

Burhan Rifuddin, S.E., M.M.
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :-

Hal : skripsi an. Faqruh Nisah N

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:


Nama : Faqruh Nisah N
NIM : 18 0403 0096
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo).

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.


Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

1. Burhan Rifuddin, S.E., M.M.
Penguji I

()
Tanggal: 1 Februari 2023

2. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
Penguji II

()
Tanggal: 1 Februari 2023

3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.
Pembimbing Utama/Penguji

()
Tanggal: 1 Februari 2023

Lampiran 5: Nota Dinas Tim Verifikasi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Faqruh Nisah N

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Faqruh Nisah N
NIM : 18 0403 0096
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Selama Era Covid-19 (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo)

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut.

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur Dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Tim Verifikasi

1. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.EK
Tanggal: 06 Februari 2023
2. Fadilla, S.AP
Tanggal: 06 Februari 2023



Lampiran 6: Izin Penelitian



1 2 0 2 2 1 9 0 0 5 0 9 9 9

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 999/IP/DPMPTSP/VIII/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi,
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja,
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian,
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo,
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: FAQRUH NISAH N
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Balandai Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 18 0403 0096

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PERILAKU KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE SELAMA ERA COVID-19 (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN BALANDAI KEC. BARA KOTA PALOPO)

Lokasi Penelitian	: KELURAHAN BALANDAI KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian	: 16 Agustus 2022 s.d. 16 Oktober 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 16 Agustus 2022
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP



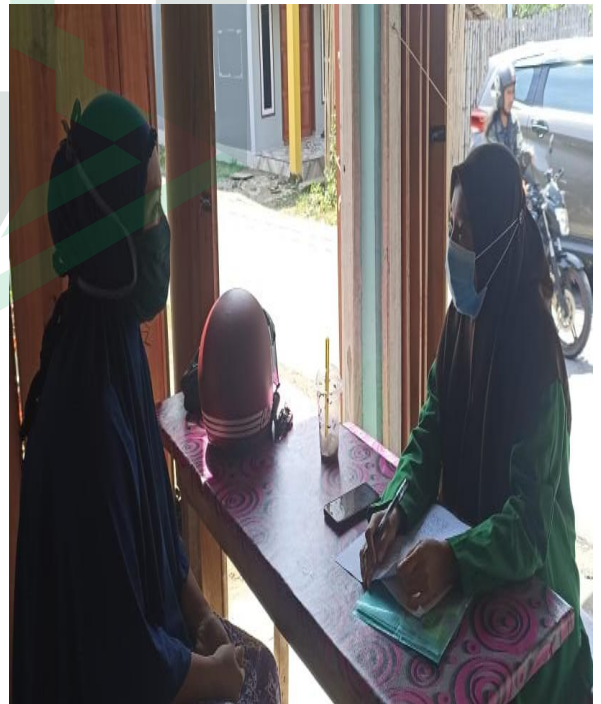
ERICK K. SIGA, S.Sos
Pangriat, Penata Tk.I
NIP : 19830414 200701 1 005

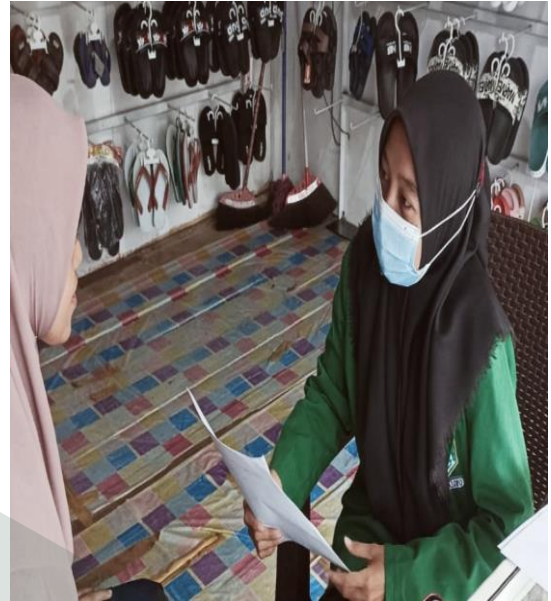
Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov Sul-Sel,
2. Walikota Palopo,
3. Dandim 1403 SWG,
4. Kapolres Palopo,
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo,
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo,
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 7: Dokumentasi

Wawancara Konsumen di Kelurahan Balandai Kec. Bara Kota Palopo





Lampiran 8:

RIWAYAT HIDUP



Faqruh Nisah N lahir di Rampoang pada tanggal 27 Maret 1998. Penulis berasal dari Desa Takkalala, Kecamatan Malangke, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak pertama dari 4 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Najamuddin dan ibu Dewi. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 135 Rampoang. Kemudian, di tahun

yang sama melanjutkan pendidikan di SMPN 6 Satap Malangke dan selesai di tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Luwu Timur selesai di tahun 2017. Setelahnya penulis melanjutkan pendidikan S1 di tahun 2018 di bidang yang diminati, yaitu di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Contact person penulis : faqruhnisahn0096_18@iainpalopo.ac.id