

**ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN PADA
E-COMMERCE SHOPEE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI
COVID-19**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

YOSEFINA MONICA

NPM : 18420083

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

YOSEFINA MONICA

NPM : 18420083

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Nama : Yosefina Monica
NPM : 18420083
Alamat : Lewoleba Timur RT 16/RW 3, Kec. Nubatukan
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19**" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menyetima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

Yang me:



Yosefina Monica

18420083

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19**

Diajukan oleh:

YOSEFINA MONICA

18420083

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.

Tanggal, 4 Juli 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.

Tanggal, 4 Juli 2022

SKRIPSI

**ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

YOSEFINA MONICA

NPM: 18420083

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dijah Julindrastuti, S.E., M.Ak



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal,



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen pada *E-commerce* Shopee Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19**”.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.AK. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya serta selaku dosen pembimbing skripsi yang meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikirannya, serta penuh dengan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Bambang Setyadarma, SE., M.Ak.,. selaku dosen wali yang telah mengarahkan penulis selama perjalanan studi.

5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
6. Keluarga tercinta, Bapak Antonius Molan Leumara, Ibu Angelina Susianti, adik Febry, adik Vande, adik Amel dan adik Adriel, yang selalu memberikan doa dukungan serta cinta kasih yang besar sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Sahabat seperjuangan Arianto, Tasyah, Pute, Andika, Natasya, Della, Ken, Veve, yang selalu meluangkan waktu untuk membantu, yang selalu memberi dukungan serta informasi kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini
8. Teman-teman kos yang sudah seperti keluarga kedua bagi penulis, Sefin, Dian, Jesy dan Alda, yang selalu memberikan dukungan dan menjadi tempat curhat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Surabaya,

Penulis,

Yosefina Monica

NPM : 18420083

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN PADA | i |
| <i>E-COMMERCE</i> SHOPEE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19... i | i |
| ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN PADA <i>E-COMMERCE</i> SHOPEE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19..... | ii |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| <i>ABSTRACT</i> | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Sistematika Skripsi | 7 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 <i>Electonic Commerce (E-commerce)</i> | 9 |
| 2.1.1.1 Definisi <i>E-commerce</i> | 9 |
| 2.1.1.2 Jenis – Jenis <i>E-commerce</i> | 10 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen..... | 11 |
| 2.1.2.1 Definisi Perilaku Konsumen | 11 |
| 2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 12 |
| 2.1.2.3 Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19 | 15 |
| 2.1.3 Sikap | 16 |
| 2.1.3.1 Definisi Sikap Konsumen | 16 |
| 2.1.3.2 Katakarakteristik Sikap..... | 17 |
| 2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap..... | 18 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.3.4 | Indikator Sikap Konsumen..... | 19 |
| 2.1.4 | Niat..... | 20 |
| 2.1.4.1 | Definisi Niat Beli | 20 |
| 2.1.4.2 | Elemen Yang Membangun Niat Beli..... | 21 |
| 2.1.4.3 | Indikator Niat Beli..... | 22 |
| 2.1.5 | Kepercayaan..... | 23 |
| 2.1.5.1 | Definisi Kepercayaan | 23 |
| 2.1.5.2 | Hukum Kepercayaan | 23 |
| 2.1.5.3 | Terbentuknya Kepercayaan..... | 25 |
| 2.1.5.4 | Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan | 26 |
| 2.1.5.5 | Indikator Kepercayaan | 26 |
| 2.1.6 | Loyalitas..... | 27 |
| 2.1.6.1 | Definisi Loyalitas | 27 |
| 2.1.6.2 | Tahapan Terbentuknya Loyalitas..... | 28 |
| 2.1.6.3 | Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas | 28 |
| 2.1.6.4 | Indikator Loyalitas | 30 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu..... | 30 |
| 2.3 | Hipotesis dan Model Analisis..... | 33 |
| 2.3.1 | Hipotesis | 33 |
| 2.3.2 | Model Analisis | 34 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 35 |
| 3.1 | Pendekatan Penelitian..... | 35 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel | 36 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 36 |
| 3.2.2 | Sampel | 36 |
| 3.3 | Identifikasi Variabel | 37 |
| 3.4 | Definisi Operasional Variabel | 38 |
| 3.4.1 | Sikap | 38 |
| 3.4.2 | Niat Beli..... | 38 |
| 3.4.3 | Kepercayaan..... | 39 |
| 3.4.4 | Loyalitas..... | 39 |
| 3.5 | Jenis dan Sumber Data Penelitian | 40 |

| | | |
|-----------------------------------|--|----|
| 3.6 | Prosedur Pengumpulan Data | 40 |
| 3.7 | Teknik Analisis..... | 42 |
| 3.7.1 | Uji Instumen | 42 |
| 3.7.1.1 | Uji Validitas | 42 |
| 3.7.1.2 | Uji Reliabilitas | 43 |
| 3.7.2 | Uji Hipotesis | 43 |
| 3.7.2.1 | Uji Paired Sample t-Test | 43 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 45 |
| 4.1 | Gambaran Umum Perusahaan | 45 |
| 4.1.1 | Profil Singkat Shopee | 45 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 46 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden..... | 46 |
| 4.2.1.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 47 |
| 4.2.1.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 48 |
| 4.2.1.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 49 |
| 4.2.2 | Analisa Deskriptif Variabel | 49 |
| 4.2.2.1 | Tanggapan Responden Pada Variabel Sikap..... | 51 |
| | Penilaian responden terhadap variabel sikap sebelum dan selama pandemi covid-19 dapat diketahui dari tabel berikut ini : | 51 |
| 4.2.2.2 | Tanggapan Responden Pada Variabel Niat..... | 52 |
| 4.2.2.3 | Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan..... | 53 |
| 4.2.2.4 | Tanggapan Responden Pada Variabel Loyalitas..... | 55 |
| 4.2.3 | Uji Instrumen | 56 |
| 4.2.3.1 | Uji Validitas | 56 |
| 4.2.3.2 | Uji Reliabilitas | 58 |
| 4.2.4 | Uji Hipotesis | 58 |
| 4.2.4.1 | Uji Paired Sample t-Test | 58 |
| 4.3 | Pembahasan | 60 |
| 4.3.1 | Perbedaan Sikap Pada <i>E-commerce</i> Shopee Sebelum Dan Selama Masa Pandemi Covid-19..... | 60 |
| 4.3.2 | Perbedaan Niat Pada <i>E-commerce</i> Shopee Sebelum Dan Selama Masa Pandemi Covid-19..... | 62 |

| | | |
|---------------------------------|--|----|
| 4.3.3 | Perbedaan Kepercayaan Pada <i>E-commerce</i> Shopee Sebelum Dan Selama Masa Pandemi Covid-19. | 62 |
| 4.3.4 | Perbedaan Loyalitas Pada <i>E-commerce</i> Shopee Sebelum Dan Selama Masa Pandemi Covid-19. | 64 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 65 |
| 5.1 | Simpulan..... | 65 |
| 5.2 | Saran..... | 66 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 67 |
| LAMPIRAN..... | | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 30 |
| Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 47 |
| Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 48 |
| Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 49 |
| Tabel 4.4 Kategori Tanggapan Responden..... | 50 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pada Variabel Sikap..... | 51 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pada Variabel Niat..... | 52 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan..... | 53 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Pada Variabel Loyalitas..... | 55 |
| Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Validitas..... | 57 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas..... | 58 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Paired Sample t-Test..... | 59 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Daftar Pengunjung Shopee 2019 | 4 |
| Gambar 1.2 Pengunjung Shopee 2020 | 5 |
| Gambar 2.1 Model Analisis..... | 34 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN | 72 |
| LAMPIRAN 2 TABULASI DATA | 78 |
| LAMPIRAN 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif | 100 |
| LAMPIRAN 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 102 |
| LAMPIRAN 5 Hasil Uji Paired Sample t-Test | 108 |

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis perbedaan perilaku konsumen pada *e-commerce* shopee berdasarkan sikap, niat, kepercayaan dan loyalitas sebelum dan selama pandemi covid-19. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 105 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang diukur dengan skala *likert* dan di analisis menggunakan SPSS versi 20. Sampel yang diambil adalah konsumen yang menggunakan aplikasi shopee dan pernah melakukan belanja online melalui *e-commerce* shopee. Teknik Pengujian data hasil kuesioner pada penelitian ini yaitu uji validitas menggunakan korelasi, uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach alpha* dan uji *paired sample t test* untuk melihat adanya perbedaan perilaku konsumen sebelum dan selama pandemi covid-19. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen berdasarkan sikap, niat, kepercayaan dan loyalitas pada *e-commerce* shopee sebelum dan selama pandemi covid-19 memiliki perbedaan yang signifikan.

Kata kunci : perilaku konsumen,sikap,niat,kepercayaan,loyalitas

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of differences in consumer behavior in e-commerce shopee based on attitudes, intentions, trust and loyalty before and during the covid-19 pandemic. The number of respondents in this study were 105 respondents. Data was obtained by distributing questionnaires measured by Likert scale and analyzed using SPSS version 20. The samples taken were consumers who used the shopee application and had done online shopping through shopee e-commerce. The technique of testing the data from the questionnaire results in this study is the validity test using correlation, reliability testing using Cronbach alpha and the paired sample t test to see differences in consumer behavior before and during the covid-19 pandemic. The results of the analysis in this study indicate that consumer behavior based on attitudes, intentions, trust and loyalty to e-commerce shopee before and during the covid-19 pandemic has significant differences.

Keywords: consumer behavior, attitude, intention, trust, loyalty.