

“MOTIVASI PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DITENGAH PANDEMI COVID-19”

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Motivasi Perilaku Konsumen Berbelanja Pada
Marketplace Tokopedia Dalam Pengambilan Keputusan)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

M Janurdi Ramadhani

NPM : 1643010132

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2020

**MOTIVASI PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DITENGAH PANDEMI COVID-19**

Oleh :

M. JANURDIRAMADHANI
NPM :1643010132

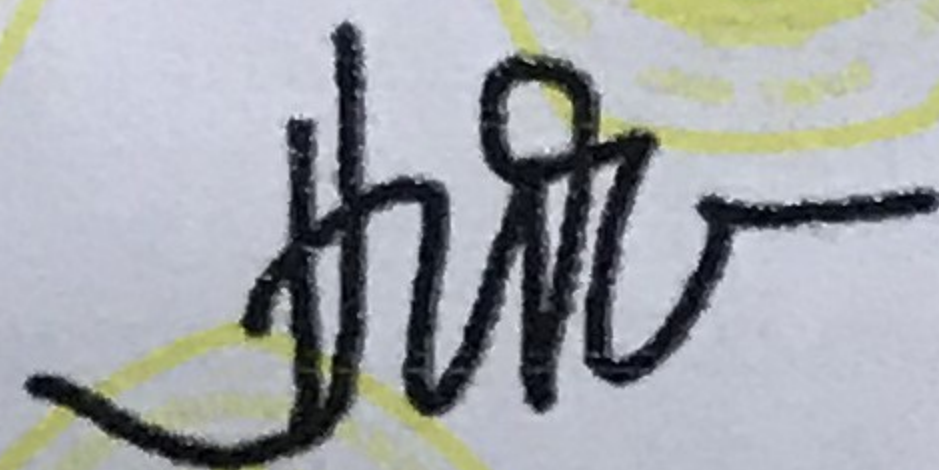
**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal 17 Juli 2020

Pembimbing Utama

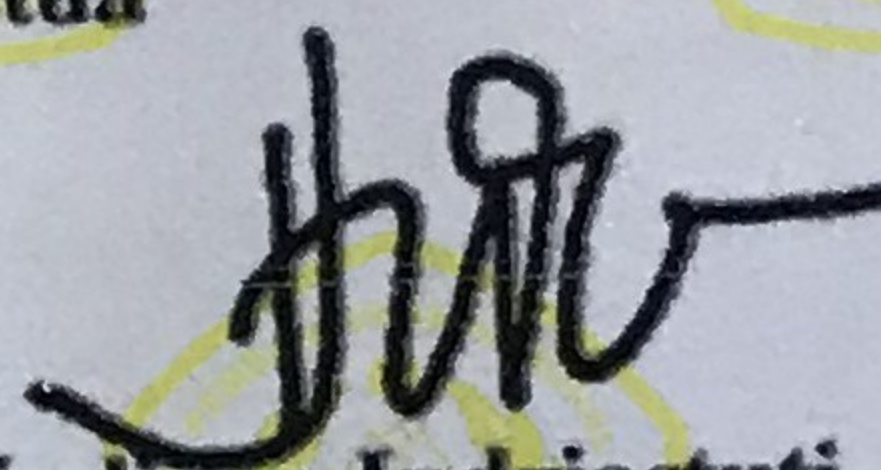
Tim Penguji

1. Ketua



Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos, M.Si

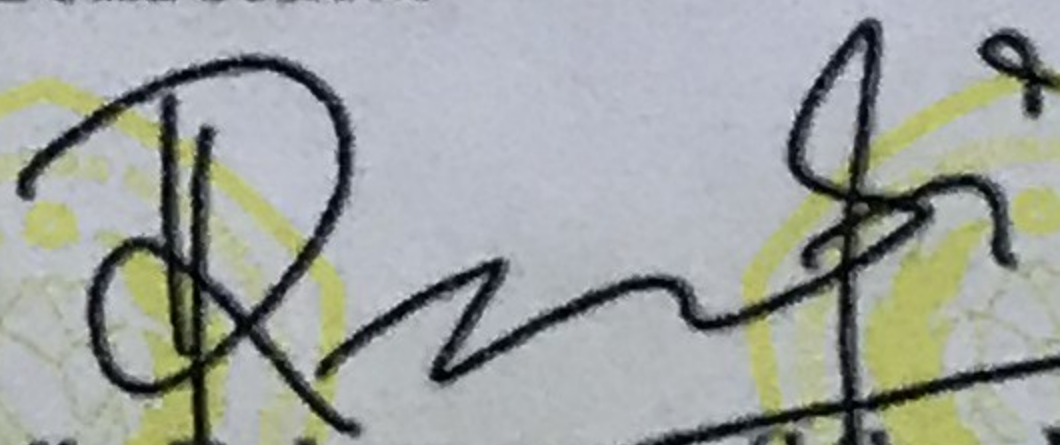
NPT. 374019901711



Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos, M.Si

NPT. 374019901711

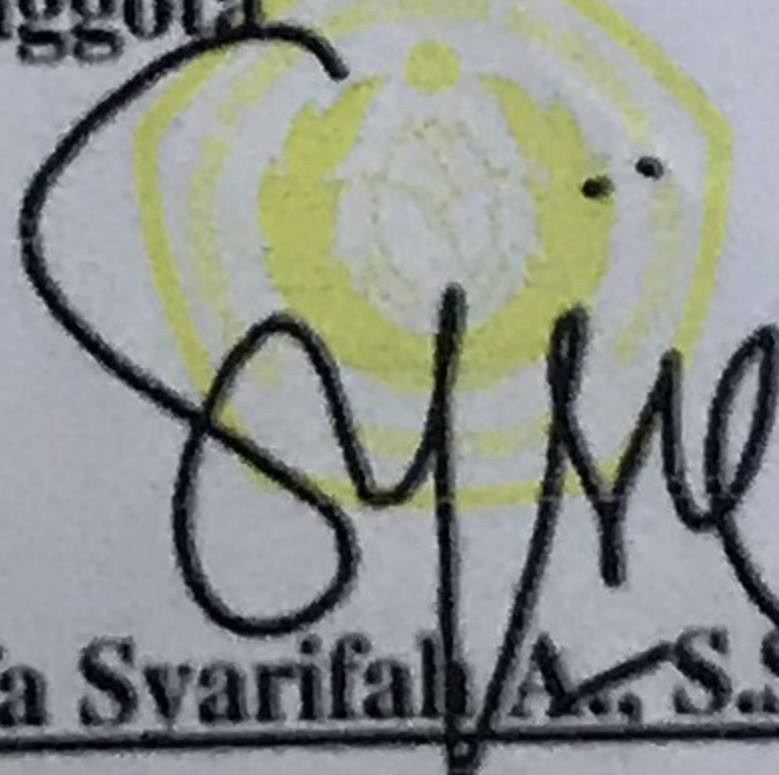
2. Sekretaris



Aulia Rahmawati, S.Sos, M.Si, P.hD

NPT. 382070602161

3. Anggota



Svifa Svarifal A., S.Sos, M.Commun.

NPT. 384031002991

Mengetahui



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS:CHRA

NIP. 1959071 198703 1001

**"MOTIVASI PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DITENGAH PANDEMI COVID-19"**

Disusun oleh :

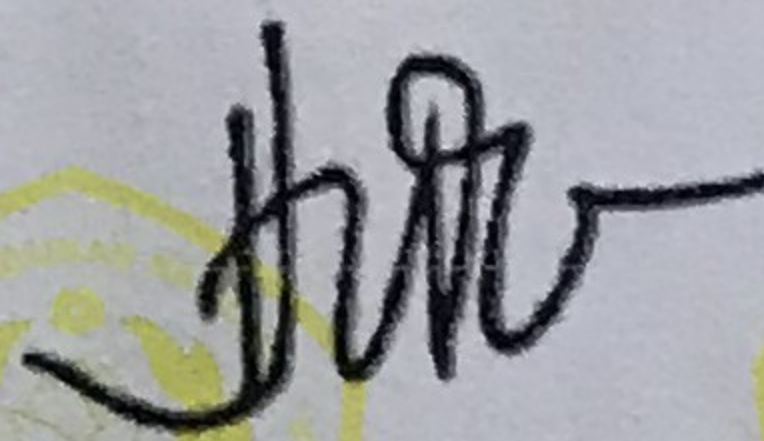
M Janurdi Ramadhani

1643010132

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing Utama



DR. YUDIANA INDRIASTUTI, S.Sos, M.Si

NPT. 3 7401 99 01711

Mengetahui



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA

NIP. 1959071 198703 1001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas izin, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Motivasi Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Pada Marketplace Tokopedia Di Tengah Pandemi Covid-19”** dapat terselesaikan. Saya ucapkan pula terima kasih sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing saya ibu Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos, M.Si. yang selalu memberikan arahan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat Program Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi di UPN “Veteran” Jawa Timur. Skripsi penelitian ini disusun berdasarkan hasil pengamatan, diskusi, dan keterlibatan langsung dalam proses pelaksanaan yang dilaksanakan pada tanggal 25 Januari 2020 hingga selesai.

Penulis menyadari, berhasilnya studi dan penyusunan Penelitian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan semangat dan do'a kepada penulis dalam menghadapi setiap tantangan, sehingga sepatutnya pada kesempatan ini penulis menghaturkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M. Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Mama saya Siti Roosniar, yang selalu mendoakan dan memberikan uang saku, nasehat, serta motivasi dalam berbagai hal untuk penulis.
4. Saudara kandung penulis, Siti Dwi Lazuardi dan Siti Sari Ardiarti yang juga memberikan semangat dan masukan saat proses pembuatan skripsi, serta pembayaran kuliah dan tambahan uang saku sehingga membuat penulis lebih bersemangat dalam menyelesaikan studi.
5. Pacar dan sekaligus masa depan saya Delia Krisna Mukti S.I.Kom yang selalu membantu saya dalam proses skripsi ini dan tidak pernah lelah untuk memberikan semangat untuk saya.
6. Rekan seperjuangan dalam proses pengerjaan skripsi Amirul Hanif, Andreeansyah Rizky, Bagus Lukman Harun yang selalu hadir dan membantu satu sama lain.
7. Rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 16 yang telah berjuang bersama selama masa studi.

Akhir kata dalam penulisan skripsi ini semoga penelitian dapat dimanfaatkan dan memberikan sumbangsih pemikiran untuk perkembangan pengetahuan bagi penulis maupun bagi pihak yang berkepentingan.

Wasalamu’alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 23 Maret 2020

Penulis

M. Janurdi Ramadhani

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTARK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2. 1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Perilaku Konsumen	12
2.2.2. Sikap Konsumen	13
2.2.3. Karakteristik Konsumen.....	15
2.2.4. Motivasi dan Kebutuhan	20
2.2.5 <i>E-Commerce</i>	22
2.2.5.1 Tokopedia	24
2.2.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen ..	25

2.2.8 Perilaku Konsumen Saat Pandemi Covid-19	29
2.3. Teori Kebutuhan.....	29
2.4 Teori Kepuasan Konsumen.....	31
2.5 Teori Motivasi	33
2.6 Kerangka Berpikir	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3. 1. Jenis Penelitian	35
3. 2. Definisi Konseptual	36
3.2.1. Perilaku Konsumen.....	36
3.2.2. Motivasi.....	37
3.2.3. Tokopedia	37
3.2.4. Pandemi Virus Covid-19.....	38
3.3. Lokasi Penelitian	39
3.4. Subjek dan Informan Penelitian	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisis Data	41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4. 1. Hasil Penelitian	43
4.4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.4.2. Motivasi Berbelanja Tokopedia Di Era Pandemi	44
4. 2. Identitas Informan	46
4. 3. Penyajian dan Analisis Data.....	50
4. 4. Pembahasan.....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5. 1. Hasil Penelitian	74
5. 2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini.....	11
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Motivasi	22
---------------------------------	----

ABSTRAK

MOTIVASI PERILAKU KONSUMEN DALAM BERBELANJA PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DITENGAH PANDEMI COVID-19

*(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Motivasi Perilaku Konsumen Berbelanja Pada
Marketplace Tokopedia Dalam Pengambilan Keputusan)*

Semakin meningkatnya penggunaan teknologi, membuat berbagai market place yang ada di Indonesia semakin beragam. Dari banyaknya *market place* di Indonesia, pada tahun 2019 Tokopedia menjadi *market place online* favorit urutan pertama di Indonesia yang paling banyak digunakan masyarakat. Peneliti ingin melihat, motivasi apa yang menjadikan masyarakat Indonesia memilih menggunakan Tokopedia untuk memenuhi kebutuhannya dibanding dengan *market place online* lainnya di Era pandemic Covid 19 seperti saat ini. Tujuan dari penelitian ini yakni peneliti ingin mengetahui perilaku konsumen dari segi mengapa konsumen motivasi memilih menggunakan Tokopedia di Era Pandemi Covid 19.

Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu deskriptif kualitatif , dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara terstruktur, menggunakan teori kebutuhan dan motivasi karena peneliti akan meneliti melihat dari kebutuhan dan motivasi masing-masing konsumen.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, didapatkan hasil bahwa motivasi perilaku konsumen dalam berbelanja di Tokopedia pada saat Covid yaitu dipengaruhi oleh lima kataegorisasi. Kategorisasi tersebut yakni lingkungan sekitar, ketertarikan terhadap *star seller*, banyaknya promosi, kelengkapan barang, dan *user interface* yang menarik. Masing-masing konsumen memiliki alasan yang berbeda. Dan peneliti menyimpulkan dari lima kategorisasi didapatkan hasil motivasi yang paling dominan yang disukai konsumen yakni karena kelengkapan barang yang ada di Tokopedia dan juga banyaknya promosi yang diberikan oleh Tokopedia.

Kata Kunci : Perilaku konsumen, Motivasi, Tokopedia

ABSTRACT

MOTIVATION OF CONSUMER BEHAVIOR IN SHOPPING IN TOCOPEDIA MARKET PLACE IN THE MIDDLE OF PANDEMIC COVID 19

*(Qualitative Descriptive Study of Consumer Behavior In Shopping In Tokopedia
Market Place In The Middle Of Pandemmic COVID 19)*

The increasing use of technology, makes a variety of market places in Indonesia increasingly diverse. Of the many market places in Indonesia, in 2019 Tokopedia became the first favorite online market place in Indonesia that is the most widely used by the public. The researcher wants to see what motivation has made Indonesian people choose to use Tokopedia to fulfill their needs compared to other online market places in the Covid 19 Era as it is today. The purpose of this study is that researchers want to find out consumer behavior in terms of why consumers are motivated to choose to use the Book in the Covid Pandemic Era 19.

The research method used by researchers is descriptive qualitative, using structured interview data collection techniques, using theories of need and motivation because researchers will examine the needs and motivations of each consumer.

From the results of research conducted by researchers, the results show that the motivation of consumer behavior in shopping at Tokopedia at Covid is influenced by five words. The categorization is environmental culture, interest in star sellers, number of promotions, completeness of goods, and attractive user interface. Each consumer has a different reason. And the researchers concluded that from the five categorizations the most dominant motivational results were preferred by consumers because of the completeness of the items in Tokopedia and also the number of promotions given by Tokopedia.

Key Word : Consumer Behavior, Motivation, Tokopedia