

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MASA PANDEMI
(Studi Kasus Konsumen Nugget di Kec Pulogadung Jaktim)**

SKRIPSI

**ERIKA SALZAL BELLA HERAWATI
2117000072**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MASA PANDEMI
(Studi Kasus Konsumen Nugget di Kec Pulogadung Jaktim)**

SKRIPSI

**ERIKA SALZAL BELLA HERAWATI
2117000072**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MASA PANDEMI (Studi Kasus Konsumen Nugget di Kec Pulogadung Jaktim)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 2 Desember 2021



ERIKA SALZAL BELLA HERAWATI
NPM 21170000072

PERSETUJUAN PEMBIMBING

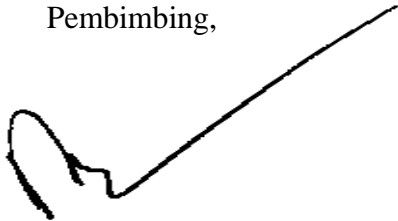
Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MASA PANDEMI (Studi Kasus Konsumen Nugget di Kec Pulogadung Jaktim)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Jakarta, 2 Desember 2021

Pembimbing,



H. Agustian Burda, BSBA, MBA

Kepala Program Studi S-1
Manajemen,



digitally signed

Munammad Ramaditya, BBA, M.Sc

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Bapak Asep Saefurahman, SE., ME selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, selalu memberikan semangat tiada henti dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.

7. Untuk semua sahabatku terima kasih untuk dukungan, saran dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 2 Desember 2021



ERIKA SALZAL BELLA HERAWATI
NPM 2117000072

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Erika Salzal Bella Herawati
NPM	: 21170000072
Program Studi	: S-1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non- exclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MASA PANDEMI (Studi Kasus Konsumen Nugget di Kec Pulogadung Jaktim)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 Desember 2021

Jakarta, 2 Desember 2021


ERIKA SALZAL BELLA
HERAWATI
NPM 21170000072

Erika Salzal Bella Herawati
NPM 21170000072
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
H. Agustian Burda, BSBA, MBA

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MASA PANDEMI
(Studi Kasus Konsumen Nugget di Kec Pulogadung Jaktim)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor produk, dan faktor harga terhadap keputusan pembelian pada masa pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen nugget yang bertempat tinggal di daerah Jakarta timur. Sampel dalam penelitian ini adalah 380 responden.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik data deskriptif dan analisis jawaban responden. Metode analisis statistik dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi. Teknik pengambilan sampel digunakan dengan metode purposive sampling. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS statistik versi 22..

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel faktor budaya (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian selama pandemi dengan nilai koefisien sebesar 0,004. Variabel faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian selama pandemi dengan nilai koefisien sebesar 0,078. Variabel faktor pribadi berpengaruh terhadap pembelian selama pandemi dengan nilai koefisien sebesar 0,254. Variabel faktor psikologis tidak berpengaruh terhadap pembelian selama pandemi dengan nilai koefisien sebesar 0,007. Variabel faktor produk berpengaruh terhadap pembelian selama pandemi dengan nilai koefisien sebesar 0,167. Variabel faktor harga tidak berpengaruh terhadap pembelian selama pandemi dengan nilai koefisien sebesar 0,062. Penelitian secara berganda menunjukkan bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor produk, dan faktor harga (X_6) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian selama pandemi dengan nilai koefisien berganda sebesar 0,573

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen, Pandemi

Erika Salzal Bella Herawati
NPM 21170000072
Study Program S-1 Management

Advisor:
H. Agustian Burda, BSBA, MBA

**THE EFFECT OF CONSUMER BEHAVIOR ON PURCHASE DECISIONS
IN THE TIME OF PANDEMIC
(Case Study Of Nugget Consumers in Pulogadung East Jakarta)**

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of consumer behavior factors consisting of cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, product factors, and price factors on purchasing decisions during the pandemic. The method used in this research is survey research. The population in this study are nugget consumers who live in the East Jakarta area. The sample in this study was 380 respondents.

The data analysis method used is statistical analysis of descriptive data and analysis of respondents' answers. Statistical analysis methods can be selected and adapted to the research objectives. Analysis of the data used in this study is the coefficient of determination. The sampling technique used was purposive sampling method. The data testing technique used in this study includes validity, reliability and coefficient of determination tests using the SPSS statistical version 22 program.

The results of the study partially show that the cultural factor variable has no significant effect on purchasing decisions during pandemic with a coefficient value of 0.004. The social factor variable has no effect on purchasing decisions during COVID-19 with a coefficient value of 0.078. The personal factor variable has an effect on purchases during pandemic with a coefficient value of 0.254. The psychological factor variable has no effect on purchases during pandemic with a coefficient value of 0.007. Product factor variable has an effect on purchases during pandemic with a coefficient value of 0.167. The price factor variable has no effect on purchases during pandemic with a coefficient value of 0.062. Multiple studies have shown that cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, product factors, and price factors affect purchasing decisions during pandemic with a multiple coefficient value of 0.573

Keywords: Consumer Behaviour, Buying Decision, Pandemic

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
6.1. Perumusan Masalah	7
6.2. Tujuan Penelitian	8
6.3. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Perilaku Konsumen	16
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.4. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	19
2.4.1. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi.....	19
2.5. Pengembangan Hipotesis	21
2.6. Kerangka Konseptual Penelitian	22
BAB III METODA PENELITIAN	23
3.1. Strategi Penelitian	23
3.2. Populasi dan Sampel	24
3.2.1. Populasi Penelitian	24
3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian.....	24
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	25
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	25
3.4.1. Instrumen Penelitian.....	25

3.4.2. Pengujian Instrumen Penelitian	27
3.5. Metoda Analisis Data.....	29
3.5.1. Pengolahan Data	29
3.5.2. Penyajian Data	29
3.5.3. Metode Analisis Statistik Data.....	30
3.5.3.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	30
3.5.3.2. Uji Koefisien Regresi (Uji t).....	30
3.5.3.3. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Deskripsi Responden	34
4.2. Deskripsi Data	35
4.3. Metoda Analisis Data.....	40
4.3.1. Uji Validitas	40
4.3.2. Uji Reabilitas	45
4.4. Analisis Statistik Data.....	46
4.4.1. Uji Hipotesis (Uji F).....	46
4.4.2. Uji Hipotesis (Uji t).....	47

4.4.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	49
1.1. Temuan Hasil Penelitian	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1. Simpulan	53
5.2. Saran	53
DAFTAR REEFERENSI.....	55
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Faktor Penentu Pemilihan Produk Olahan Ayam Oleh Aisyah ..**Error!**
Bookmark not defined.

Tabel 2. 2. Faktor Penentu Pemilihan Produk Chicken Nugget oleh Adinda**Error!**
Bookmark not defined.

Tabel 3. 1. Skor Skala Likert26

Tabel 3. 2. Indikator Penentu Keputusan Pembelian 27

Tabel 4. 1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin34

Tabel 4. 2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia..... 34

Tabel 4. 3. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 35

Tabel 4. 4. Validitas Variabel Faktor Budaya (X1) 41

Tabel 4. 5. Validitas Variabel Faktor Sosial (X2)..... 41

Tabel 4. 6. Validitas Variabel Faktor Pribadi (X2) 42

Tabel 4. 7. Validitas Variabel Faktor Psikologis (X4) 43

Tabel 4. 8. Validitas Variabel Faktor Produk (X5) 43

Tabel 4. 9. Validitas Variabel Faktor Harga (X6)..... 44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Diagram Skala Likert Variabel Faktor Budaya (X1)	36
Gambar 4. 2. Diagram Skala Likert Variabel Faktor Sosial (X2).....	37
Gambar 4. 3. Diagram Skala Likert Variabel Faktor Pribadi (X3)	37
Gambar 4. 4. Diagram Skala Likert Variabel Faktor Psikologis (X4).....	38
Gambar 4. 5. Diagram Skala Likert Variabel Faktor Produk (X5).....	38
Gambar 4. 6. Diagram Skala Likert Variabel Faktor Harga (X6).....	39
Gambar 4. 7. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y)	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian	56
Lampiran 2. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Faktor Budaya (X1) ..	60
Lampiran 3. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Faktor Sosial (X2)	62
Lampiran 4. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Faktor Pribadi(X3)	63
Lampiran 5. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Faktor Psikologis(X4)	64
Lampiran 6. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Faktor Produk (X5) ...	65
Lampiran 7. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Faktor Harga (X6)	66
Lampiran 8. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Faktor Keputusan Pembelian Selama Pandemi (Y)	67
Lampiran 9. Tabulasi Skor Variabel Faktor Budaya (X1)	68
Lampiran 10. Tabulasi Skor Variabel Faktor Sosial (X2)	78
Lampiran 11. Tabulasi Skor Variabel Faktor Pribadi (X3)	88
Lampiran 12. Tabulasi Skor Variabel Faktor Psikologis (X4)	98
Lampiran 13. Tabulasi Skor Variabel Faktor Produk (X5)	108
Lampiran 14. Tabulasi Skor Variabel Faktor Harga (X6)	118
Lampiran 15. Tabulasi Skor Variabel Faktor Keputusan Pembelian Selama Pandemi (X6)	127
Lampiran 16. Tabulasi Skor Variabel (X1, X2, X3, X4, X5, X6 Dan Y)	138
Lampiran 17. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Budaya (X1)	149

Lampiran 18. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial (X2)	150
Lampiran 19. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi (X3)	151
Lampiran 20. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Psikologis (X4)	152
Lampiran 21. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Produk (X5)	153
Lampiran 22. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Harga (X6)	154
Lampiran 23. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Selama Pandemi (Y)	155
Lampiran 24. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Budaya(X1)	156
Lampiran 25. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Sosial (X2)	157
Lampiran 26. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Pribadi (X3)	158
Lampiran 27. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Psikologis (X4)	159
Lampiran 28. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Produk (X5)	160
Lampiran 29. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Harga (X6)	161
Lampiran 30. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Selama Pandemi (X6)	162
Lampiran 31. Hasil Pengolahan Data Perhitungan Nilai Koefisien	163
Lampiran 32. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	164