

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN HAND SANITIZER SAAT WABAH COVID-19 DI
KAMPUNG INGGRI PARE KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

AJENG RETNO WULANDARI

NPM : 16.1.02.02.0030

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDIRI
2020**

Skripsi oleh :

AJENG RETNO WULANDARI

16.1.02.02.0030

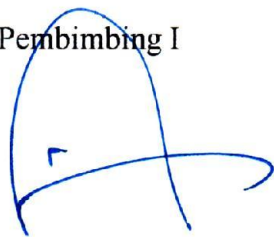
Judul :

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN HAND SANITIZER SAAT WABAH COVID-19 DI
KAMPUNG INGGRIS PARE KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitian Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

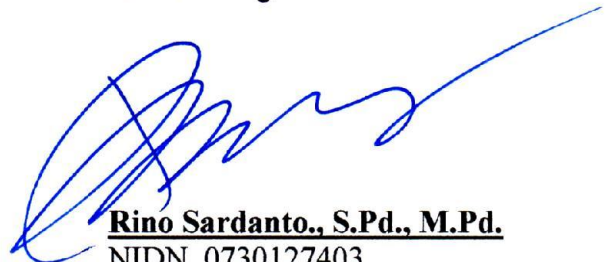
Tanggal : 27 Juli 2020

Pembimbing I



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

Pembimbing II



Rino Sardanto., S.Pd., M.Pd.
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :

AJENG RETNO WULANDARI

16.1.02.02.0030

Judul :

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN HAND SANITIZER SAAT WABAH COVID-19 DI
KAMPUNG INGGRIK PARE KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri
pada tanggal : 28 Juli 2020

dan dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Subagyo, M.M. :
2. Penguji I : Moch. Wahyu Widodo., M.M.
3. Penguji II : Rino Sardanto., S.Pd., M.Pd.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Ajeng Retno Wulandari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl.Lahir : Kediri/
NPM : 16.1.02.02.0030
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen

Menyatakan yang sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 10 Agustus 2020
Yang Menyatakan,

AJENG RETNO WULANDARI
NPM : 16.1.02.02.0030

Motto

“Kamu Tau Namaku, Tidak Dengan Jalan Ceritaku”

Kupersembahkan Karya Ini Untuk:

1. Alloh SWT yang telah memberikan kesehatan, Rahmat, Hidayah dan Ridhonya sehingga skripsi selesai tepat waktu.
2. Kedua orang tua yang telah mendoakan serta memberikan motivasi kepada saya.
3. Sahabatku yang selalu memotivasi dan memberikan semangat.
4. Seseorang yang spesial terima kasih telah meluangkan waktu mengantarkan bimbingan serta motivasinya.

Abstrak

AJENG RETNO W: Analisis Perilaku Konsumen dalam melakukan Pembelian *Hand Sanitizer* Saat Wabah Covid-19 di Kampung Inggris Pare Kediri, Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri, 2020.

Kata Kunci : faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, keputusan pembelian.

Tren konsumsi dan daya beli masyarakat tahun 2020 menurun akibat dari merebaknya wabah covid-19 yang dikenal sebagai virus corona. Perubahan perilaku konsumen yang terjadi dapat berdampak pada keputusan pembelian produk kesehatan, khususnya *hand sanitizer*. Salah satunya di kawasan kampung Inggris Pare Kediri yang dihuni oleh para pelajar dari berbagai Kota di Indonesia dan menjadikan kawasan tersebut sebagai kawasan rawan penyebaran virus covid-19. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis perilaku konsumen dalam melakukan pembelian *Hand Sanitizer* saat wabah covid-19 di Kampung Inggris Pare Kediri. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pendekatan studi literatur serta menggunakan teknik asosiatif kausal atau sebab-akibat. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat di kawasan kampung Inggris Pare Kediri yang disampling menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan adalah berupa angket atau kuesioner digital (*online*) dan disebar kepada 50 responden pembeli *hand sanitizer*. Data yang terkumpul diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 23. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* saat wabah covid-19 di Kampung Inggris Pare Kediri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan hidayahnya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen dalam melakukan Pembelian *Hand Sanitizer* Saat Wabah Covid-19 di Kampung Inggris Pare Kediri”.

Saya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini tidak dapat selesai tepat pada waktunya tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya ucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor UN PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Dr. Subagyo., M.M. dan Rino Sardanto., S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.
5. Tidak lupa terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada saya.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua. Khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 10 Agustus 2020

AJENG RETNO WULANDARI
NPM: 16.1.02.02.0030

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tren konsumsi dan daya beli masyarakat tahun 2020 menurun akibat dari merebaknya wabah covid-19 yang dikenal sebagai virus corona. Imbasnya, banyak pekerja dirumahkan atau di PHK sehingga tidak mendapat penghasilan, harga beberapa komoditas melonjak tinggi dan beberapa isu kriminalitas semakin menjadi-jadi dapat menjadi kemungkinan penyebab kelesuan pasar. Berbagai kondisi tersebut dapat berdampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, terlebih lagi secara individu akan berdampak pada keputusan pembeliannya terhadap barang-barang atau jasa tertentu.

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia paling besar yang menyumbang pendapatan domestik bruto (PDB) nasional adalah dari konsumsi rumah tangga dibandingkan pendapatan komponen lainnya. Bahkan, data BPS mencatat bahwa konsumsi rumah tangga masih menjadi penopang pertumbuhan ekonomi di kuartal pertama tahun ini (Pink, 2020). Konsumsi seseorang terhadap produk barang atau jasa tidak lepas dari sebuah proses pembelian, hingga akhirnya terjadi keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan “tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya” (Suharno, 2010:96). Selain itu, “keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen, dari preferensi di antara beberapa merek pilihan dan mungkin juga

dari niat untuk membeli merek yang paling disukai” (Kotler & Keller, 2012:170). Preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Proses seleksi ini yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam pikiran konsumen, salah satu merek produk dipilih untuk dibeli. Secara lengkap, konsumen dalam proses melakukan keputusan pembelian berdasar pada terdiri dari beberapa tahapan urutan kejadian yaitu “pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian” (P. & K. L. K. Kotler, 2012). Dari sisi konsumen, keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen saat membeli sebuah produk tertentu dipengaruhi oleh faktor yang menjadi sebab pertimbangan untuk memutuskan disebut sebagai perilaku konsumen yang menggambarkan kondisi seseorang dalam membeli.

Perilaku konsumen dikenal sebagai ilmu yang mempelajari tentang kegiatan individu dalam memperoleh produk barang dan jasa. Teori Schiffman dan Kanuk menjelaskan perilaku konsumen adalah “perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka” (Dwiastuti et al., 2012:4). Selain itu, perilaku konsumen adalah “melihat perilaku dari tiap individu, rumah tangga ataupun organisasi tentang bagaimana mereka berproses sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, serta tindakannya setelah memperoleh dan mengkonsumsi produk, jasa atau ide” (Kotler & Armstrong, 2016:128). Dapat

disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan individu, rumah tangga atau organisasi dalam proses mencari, melakukan pembelian, menggunakan, menghabiskan serta mengevaluasi setelah memperoleh produk, jasa atau ide. Memahami perilaku konsumen bukanlah suatu hal yang sederhana, mereka mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka, namun dapat bertindak sebaliknya, mereka mungkin menanggapi pengaruh yang mengubah perilaku mereka pada menit-menit terakhir. Perilaku konsumen memiliki beberapa dimensi yang menjadi pertimbangan yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis (P. & K. L. K. Kotler, 2012).

Perilaku konsumen dan keputusan pembelian memiliki ikatan yang kuat. “Konsumen memperoleh rangsangan dari luar yang terdiri atas bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi), ekonomi, teknologi, politik, budaya yang mempengaruhi kotak hitam pembeli (kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis) dan menghasilkan tanggapan dari pembeli untuk melakukan keputusan pembelian” (Kotler, 2012:203). Dapat dikatakan bahwa rangsangan yang diperoleh oleh konsumen akan membuat perilaku konsumen berubah dan merespon menjadi tanggapan yaitu memutuskan untuk membeli. Sebelum seorang individu memutuskan untuk membeli sebuah produk atau jasa, maka dia mempertimbangkan terlebih dahulu kemungkinan kebutuhan dan kemampuannya. Pertimbangan yang dilakukan tersebut menjadi dasar karakter dan perilaku seorang konsumen yang perlu dipelajari para pemasar atau penjual.

Berbicara tentang produk yang *booming* saat ini, *hand sanitizer* awalnya merupakan produk kebutuhan sekunder atau bahkan tersier di kalangan masyarakat Indonesia. Akan tetapi, merebaknya wabah covid-19 pada bulan Februari 2020 yang lalu membuat produk *hand sanitizer* menjadi produk primer untuk mencegah penularan virus covid-19. Sebenarnya, banyak cara untuk mencegah penularan virus covid-19 seperti yang disosialisasikan oleh para pakar kesehatan, lembaga kesehatan hingga pemerintah di media sosial maupun di televisi yaitu dengan menggunakan masker, rajin cuci tangan, menggunakan *hand sanitizer* (Afifah, 2020), mengkonsumsi makanan 4 sehat 5 sempurna, berolahraga rutin, berjemur di pagi hari, mengelola stress, istirahat cukup, pola hidup bersih dan sehat, tidak merokok, optimisme kegiatan positif, dan mengkonsumsi suplemen penunjang seperti vitamin (Muslimah, 2020). Penggunaan masker diperlukan untuk mencegah penularan dari mulut dan udara, kegiatan positif dan vitamin untuk kekebalan terhadap penyakit dan meningkatkan imunitas tubuh, cuci tangan dan *hand sanitizer* fungsinya sama yaitu untuk menghilangkan bakteri dan virus melalui sentuhan. Akan tetapi, keberadaan air serta sabun untuk mencuci tangan tidak selalu tersedia apalagi saat bepergian dan dirasa kurang praktis. Sehingga, *hand sanitizer* dapat menjadi alternatif pengganti cuci tangan dengan sabun antiseptik untuk pembasmi virus melalui sentuhan yang paling praktis dan efektif. Karena, efektivitas mencuci tangan menggunakan *hand sanitizer* terhadap penurunan jumlah angka kuman sebesar 60% dan

efektivitas mencuci tangan menggunakan sabun cair antiseptik terhadap penurunan jumlah angka kuman sebesar 73% (Cordita, 2017).

Penyebaran virus covid-19 yang berbeda-beda di setiap Kota di Indonesia membuat seluruh kalangan masyarakat berupaya untuk mengantisipasi agar tidak tertular dari orang yang bukan penduduk asli daerah tersebut. Terlebih lagi di daerah kampung Inggris Pare Kediri, terkenal sebagai kawasan pembelajaran bahasa asing yang dihuni oleh pelajar dari berbagai Kota di Indonesia. Tercatat dalam *press release* 26 juni 2020 oleh gugus tugas Kabupaten Kediri, hingga saat ini terdapat 194 kasus positif Covid-19 di Kabupaten Kediri, dengan rincian 145 orang dirawat, 39 orang sembuh dan 10 orang meninggal (Chotib, 2020). Hal tersebut membuat orang yang berada di dalam kawasan kampung Inggris lebih waspada terhadap penularan virus covid-19. Selain melakukan pembatasan sosial dan *lockdown* daerah tertentu, masyarakat kampung Inggris tentunya juga semakin rajin menggunakan *hand sanitizer* sebagai salah satu produk penangkal virus. Oleh sebab itu, selain penelitian mengenai konsumsi produk *hand sanitizer* di masa wabah ini belum banyak dilakukan juga melihat perubahan perilaku konsumen yang terjadi dalam kawasan kampung Inggris menjadi daya tarik bagi peneliti untuk melakukan pengamatan dan menganalisis lebih dalam penelitian ini yang berjudul “analisis perilaku konsumen dalam melakukan pembelian *hand sanitizer* saat wabah covid-19 di Kampung Inggris Pare Kediri”.

B. Identifikasi Masalah

Merujuk pada latar belakang di atas, masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tren konsumsi dan daya beli masyarakat tahun 2020 menurun akibat dari merebaknya wabah covid-19 yang dikenal sebagai virus corona.
2. Perilaku konsumen dan keputusan pembelian memiliki ikatan yang kuat, Konsumen memperoleh rangsangan dari luar yang terdiri atas bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi), ekonomi, teknologi, politik, budaya yang mempengaruhi kotak hitam pembeli (kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis) dan menghasilkan tanggapan dari pembeli untuk melakukan keputusan pembelian
3. *Hand sanitizer* awalnya merupakan produk kebutuhan sekunder atau bahkan tersier di kalangan masyarakat Indonesia. Akan tetapi, merebaknya wabah covid-19 pada bulan Februari 2020 yang lalu membuat produk *hand sanitizer* menjadi produk primer untuk mencegah penularan virus covid-19.

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah jelas dan terarah, maka perlu dijelaskan pembatasan ruang lingkup permasalahan, sehingga kemungkinan terjadinya penyimpangan terhadap masalah dapat dihindari. Berikut pembatasan masalah dalam penelitian ini:

1. Menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ditinjau dari faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.
2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri.
3. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian *hand sanitizer* dan menggunakan *hand sanitizer*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya secara parsial mempengaruhi dalam keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri?
2. Apakah faktor sosial secara parsial mempengaruhi dalam keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri?
3. Apakah faktor pribadi secara parsial mempengaruhi dalam keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri?
4. Apakah faktor psikologis secara parsial mempengaruhi dalam keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri?
5. Apakah perilaku konsumen mempengaruhi dalam keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Pengaruh faktor budaya secara parsial terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri.
2. Pengaruh faktor sosial secara parsial terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri.
3. Pengaruh faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri.
4. Pengaruh faktor psikologis secara parsial terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri
5. Pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian *hand sanitizer* di Kampung Inggris Pare Kediri.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya berkaitan dengan perilaku konsumen dan keputusan pembelian.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian terhadap pemasaran suatu produk.
 - c. Dapat dijadikan referensi atau studi pustaka bagi kegiatan penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Membantu para pelaku pemasaran dalam menganalisis perilaku konsumen.
- b. Dapat dijadikan pertimbangan dalam efektivitas pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N. (2020). Masker, Cuci Tangan, dan Hand Sanitizer, Mana Paling Ampuh Cegah Corona?
- Chotib, A. (2020). *PRESS RELEASE; Jumat, 26 Juni 2020*. Kabupaten Kediri.
- Cordita, R. N. (2017). *PERBANDINGAN EFEKTIVITAS MENCUCI TANGAN MENGGUNAKAN HAND SANITIZER DENGAN SABUN ANTISEPTIK PADA TENAGA KESEHATAN DI ICU RSUD Dr. H. ABDUL MOELOEK*. Universitas Lampung.
- Dwiastuti, Rini, A. S. & R. I. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama*. Malang: UB Press.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi Mile)*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & K. L. K. (2012). *Marketing Management (Edisi 14)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Muslimah. (2020). *Wajib Baca, Tips Tingkatkan Sistem Imun untuk Tangkis Covid-19*.
- Pink, B. & N. L. (ed). (2020). *Konsumsi rumah tangga hanya tumbuh 2,84% di kuartal I 2020*.
- Suharno. (2010). *Marketing in Practice (Edisi Pert)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.