

Analisis Perubahan Perilaku Konsumen *e-Commerce Shopee* Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Konsumen *e-Commerce Shopee* di Kota Karawang)

Melinda Leoni Cordelia¹, Neysa Yasmine Aneira Saputra², Medi Nopiana³ ✉

Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bandung

Abstrak

Pandemi Covid-19 memaksa orang untuk beraktivitas di rumah, termasuk berbelanja. Pada saat ini belanja online sudah menjadi kegiatan yang dipilih agar masyarakat tetap berdiam diri di rumah. Hal ini menjadi salah satu faktor terjadinya perubahan konsumen ke arah digital dan memanfaatkan layanan online seperti e-commerce dan media sosial. Tak hanya dirasakan oleh kalangan ibu rumah tangga dan pekerja, hampir semua gender dari berbagai kalangan usia merasakan dampaknya. Saat ini E - commerce yang banyak peminatnya yaitu Shopee. Tujuan penelitian dalam laporan ini adalah untuk mencari tahu mengenai perubahan perilaku masyarakat konsumen E - commerce Shopee pada masa Covid - 19. Objek dalam artikel ini adalah terdiri dari masyarakat di wilayah Karawang yang menjadi pelaku konsumen. Melalui Google Formulir, ayyhasil yang didapat akan dibahas secara menyeluruh mengenai perubahan perilaku konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian secara online.

Kata Kunci: *E-commerce, Perilaku Konsumen, Perubahan Perilaku.*

Abstract

The Covid-19 pandemic forces people to do activities at home, including shopping. At this time online shopping has become an activity chosen so that people remain silent at home. This is one of the factors of consumer change towards digital and utilizing online services such as e-commerce and social media. Not only felt by housewives and workers, almost all genders of different ages feel the impact. Currently E - commerce that many fans are Shopee. The purpose of the research in this report is to find out about the changing behavior of consumers E - Shopee commerce during the Covid-19 period. The object in this article is consisting of people in karawang area who become consumer actors. Through Google Forms, the results will be discussed thoroughly about changes in the behavior of consumers who decide to make purchases online.

Keywords: *E-commerce, Consumer Behavior, Behavior Change.*

Copyright (c) 2022 Melinda Leoni Cordelia

✉ Corresponding author :

Email Address : melinda.leoni18185@student.unsika.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sedang dihadapkan pada bencana nasional berupa pandemi covid-19. Penyebaran covid-19 tercatat sangat cepat dan masif di Indonesia. Pandemi covid-19 ini disinyalir bukan hanya menyerang kesehatan, namun juga ekonomi secara global, tak terkecuali Indonesia. Kalangan pengusaha menilai covid-19 telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Pasalnya, covid-19 telah mengganggu mata rantai produksi industri sehingga perputaran bisnis menjadi tidak lancar, sementara kewajiban para pengusaha tetap harus berjalan. Akibatnya banyak karyawan yang terpaksa hilang pekerjaannya karena terkena PHK. Nilai rupiah terus melemah tajam, sementara pasar bursa pun meradang seiring laju indeks harga gabungan (IHSG) yang terkoreksi dalam. Hal ini semakin memperkuat bahwa perekonomian Indonesia akan terus melambat. Beberapa upaya terus dilakukan oleh pemerintah untuk menangani penyebaran virus covid-19 ini, diantaranya adalah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) secara bertahap di wilayah – wilayah yang terindikasi mempercepat penyebaran virus covid-19. Penerapan PSBB setidaknya memberikan dampak yang signifikan bagi kegiatan masyarakat. PSBB terus berjalan, namun kebutuhan hidup selama masa PSBB juga harus selalu terpenuhi. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang akhirnya menggunakan E-Commerce untuk berbelanja berbagai kebutuhan.

Keberadaan E-Commerce merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, sebab Virus yang memiliki nama ini pun berhasil merubah perilaku masyarakat. Perilaku konsumen sendiri memiliki arti sebagai proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pebisnis harus mengetahui perubahan tersebut untuk menyesuaikan strategi bisnis selama pandemi ini. karenanya E-Commerce memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual maupun pembeli didalam melakukan transaksi perdagangan.

Berdasarkan dari laporan iPrice yang menggandeng App Annie dan SimiliarWeb dalam laporan Peta e-Commerce Indonesia Q4 2019, mengukuhkan bahwa E-Commerce paling populer di Indonesia saat ini yaitu Shopee. Shopee unggul dalam jumlah pengguna bulanan dan jumlah unduhan aplikasi selama periode tersebut dibanding dengan E-Commerce lainnya. Persaingan marketplace di Indonesia cukup berat, dimana melahirkan banyak marketplace ternama dan terbesar, dan Shopee termasuk ke dalam marketplace besar di Indonesia dengan memiliki fitur dan tampilan sederhana dari tampilan serta cara penggunaannya membuat shopee menjadi tempat mencari kebutuhan lebih mudah dan menyenangkan.

Banyak penelitian yang telah mengkaji perubahan perilaku konsumen E-Commerce, namun perubahan perilaku tersebut bukan disebabkan oleh Covid-19. Maka, orisinalitas penelitian ini terletak pada penelitian tentang perubahan perilaku konsumen E-Commerce sebagai dampak merebaknya covid-19. Berbagai kebijakan ataupun himbauan yang diterapkan pemerintah, baik itu PSBB, stay at home, work from home, study from home, dan juga pengurangan penggunaan uang tunai jelas membuat perilaku konsumen berubah. Maka penulis akan melakukan penilitan dengan judul “Analisis Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Shopee pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Karawang)”.

METODOLOGI

Metode adalah suatu proses, prinsip-prinsip dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Dengan berdasarkan pada pengertian tersebut dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan untuk diperelajari dan kemudian diberikan kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada E commerce Shopee di Kota Karawang yang tidak diketahui jumlahnya.

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2001), untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik penentuan sampel dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: Teknik pengambilan sampel pertama adalah Probability Sampling dan kedua adalah Nonprobability Sampling. Sampel dalam penelitian ini diambil secara acak menggunakan Probability Sampling.

Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program pengolah data SPSS (Statistical Product and Service Soutlion. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Penelitian ini menguji validitas dari instrumen harga sebagai variabel X1 dengan jumlah pernyataan 9, kualitas produk sebagai variabel X2 dengan jumlah pernyataan 9, dan keputusan pembelian sebagai variabel Y dengan jumlah pernyataan 9.

Teknik analisis deskriptif yaitu untuk variabel yang bersifat kuantitatif, dan verifikatif untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistika. Analisis data proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat untuk mengukur penelitian. Kuisioner disusun berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian. Kemudian analisis data dapat dilakukan setelah kuisioner seluruh responden terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dibentuk dalam skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2012: 92). Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

Untuk analisis data kuantitatif, maka jawaban responden diberi skor sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

No.	Sikap Responden	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2

3	Ragu-ragu	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Kemudian data jawaban tersebut akan menghasilkan data ordinal. Data primer yang berupa skala likert tersebut kemudian dianalisis berdasarkan metode analisis data yang sesuai untuk digunakan pada penelitian ini.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan Pearson Correlation yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05. (Ghozali, 2012: 52).

Gambar 1. Uji Validitas

		Correlations														
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	Jumlah	
P1	Pearson Correlation	1	.420*	.403*	.627**	.333	.593**	.300	.375*	.117	.408*	.378*	.333	.397*	.702**	
	Sig. (2-tailed)		.021	.027	.000	.072	.001	.107	.041	.537	.025	.040	.072	.030	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P2	Pearson Correlation	.420*	1	.294	.432*	.213	.409*	.179	-.138	-.063	.502**	.358	.396*	-.006	.541**	
	Sig. (2-tailed)	.021		.115	.017	.258	.025	.344	.467	.740	.005	.052	.030	.974	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P3	Pearson Correlation	.403*	.294	1	.347	.226	.222	.047	-.039	.035	.269	.124	.317	.191	.430*	
	Sig. (2-tailed)	.027	.115		.060	.229	.237	.806	.838	.853	.150	.513	.088	.313	.018	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P4	Pearson Correlation	.627**	.432*	.347	1	.571**	.667**	.527**	.375*	.133	.495**	.559**	.286	.349	.789**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.060		.001	.000	.003	.041	.484	.005	.001	.126	.059	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P5	Pearson Correlation	.333	.213	.226	.571**	1	.495**	.299	.249	.412*	.636**	.484**	.154	.637**	.710**	
	Sig. (2-tailed)	.072	.258	.229	.001		.005	.108	.184	.024	.000	.007	.417	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P6	Pearson Correlation	.593**	.409*	.222	.667**	.495**	1	.673**	.209	.126	.518**	.477**	.270	.262	.734**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.237	.000	.005		.000	.267	.508	.003	.008	.149	.162	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P7	Pearson Correlation	.300	.179	.047	.527**	.299	.673**	1	.065	-.188	.334	.441*	.249	.235	.495**	
	Sig. (2-tailed)	.107	.344	.806	.003	.108	.000		.734	.321	.072	.015	.184	.211	.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P8	Pearson Correlation	.375*	-.138	-.039	.375*	.249	.209	.065	1	.170	.188	.409*	.125	.388*	.404*	
	Sig. (2-tailed)	.041	.467	.838	.041	.184	.267	.734		.370	.320	.025	.512	.034	.027	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bahwa instrumen alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan (reliable) yang dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data sehingga dapat mengungkapkan informasi yang sebenarnya. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada kolom Cronbach's Alpha hasil olah data program SPSS versi 17. Cronbach's Alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Batas nilai minimum nilai Cronbach's Alpha adalah $> 0,6$ yang artinya instrumen alat ukur dikatakan reliable sebaliknya jika kurang dari 0,6 maka instrumen tersebut tidak reliable (Noor, 2014). Semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 semakin baik. Keandalan kurang dari 0,6 dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0,7 bisa diterima, dan lebih dari 0,8 dianggap baik.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai uji reliabilitas instrumen penelitian kepada 130 responden. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
919	13

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa setelah dilakukan uji reliabilitas terhadap 13 item pernyataan yang disebar kepada 130 responden, hasilnya dapat dikatakan bahwa instrumen reliable (andal) karena nilai Cronbach Alpha dari 13 item pernyataan adalah 0,919 yang artinya lebih besar dari 0,6 yang artinya kuesioner yang digunakan sudah reliabel atau dapat dipercaya.

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Perubahan Konsumen

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) tentang suatu data, seperti rata-rata (mean), simpangan baku (standar deviation), nilai minimum dan nilai maksimum. Hasil dari analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan, yaitu untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen Shopee pada masa pandemi Covid -19 (Studi Kasus di Kota Karawang dan mengetahui dimensi dengan nilai tertinggi dan terendah dengan menggunakan dimensi gaya hidup, keadaan ekonomi, motivasi dan persepsi.

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Perubahan Konsumen

Variabel	N	Mean	Std. Deviation	Kriteria Penilaian
Perubahan Perilaku	130	3,91	0,951	Baik

Hasil analisis statistik deskriptif variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa kualitas perubahan perilaku konsumen Shopee pada pandemi covid-19 di Kota Karawang secara umum sudah baik karena *mean* yang didapat sebesar 3,91 dan berada pada skala 3,41 – 4,20 yang termasuk dalam kategori baik. Adapun mengenai standar deviasi, nilai yang didapat yaitu sebesar 0,951 dengan presentase berdasarkan hasil perhitungan $\left(\frac{\text{Standar Deviasi}}{\text{Jumlah Skala Pengukuran}} \times 100\%\right)$ atau $\left(\frac{0,951}{5} \times 100\%\right) = 19,02\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee terhadap setiap indikator pada variabel ini.

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup

Pada dimensi keadaan ekonomi terdapat beberapa indikator, yaitu minat belanja, lebih up to date, mempermudah kebutuhan dan mempermudah transaksi. Tabel 4 menunjukkan hasil dari analisis statistik deskriptif pada dimensi keadaan ekonomi dan indikator yang terdapat pada dimensi keadaan ekonomi.

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup

Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kriteria Penilaian
Minat Belanja	130	1	5	3,65	1,153	Baik
Lebih up to date	130	1	5	3,57	1,226	Cukup Baik
Mempermudah kebutuhan	130	1	5	3,72	1,189	Baik
Mempermudah transaksi	130	1	5	4,15	0,968	Baik
Rata-rata	130			3,75	1,134	Baik

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan hasil statistik deskriptif untuk dimensi *keadaan ekonomi*, memiliki nilai rata-rata 3,75 yang termasuk kedalam kategori baik karena berada dalam skala 3,41 – 4,20. Selain itu, jawaban dari pelanggan terhadap setiap indikator pada dimensi *keadaan ekonomi* beragam terlihat dari nilai standar deviasi sebesar 1,134 atau $\left(\frac{1,134}{5} \times 100\%\right) = 22,68\%$ yang berada diatas 20% dari nilai *mean*.

Untuk pernyataan no 1 mengenai Adanya Covid-19 membuat saya lebih sering berbelanja online menggunakan Shopee memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,65. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 1,153 atau $\left(\frac{1,153}{5} \times 100\%\right) = 23,6\%$. Nilai tersebut berada diatas 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keberagaman jawaban atau jawaban cenderung berbeda-beda dari pengguna Shopee. Untuk pernyataan no 2 mengenai Pandemi Covid-19 ini membuat saya menjadi update barang barang yang sedang trend lingkungan sekitar dengan melalui Shopee memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,57. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori cukup baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 1,226 atau $\left(\frac{1,226}{5} \times 100\%\right) = 24,52\%$. Nilai tersebut berada diatas 20% dari nilai *mean* yang menunjukan bahwa adanya keberagaman jawaban atau jawaban cenderung berbeda-beda dari pengguna Shopee. Untuk pernyataan no 3 mengenai Shopee mempermudah saya untuk mendapatkan kebutuhan bulanan selama

Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,72. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 1,189 atau $\left(\frac{1,189}{5} \times 100\%\right) = 23,78\%$. Nilai tersebut berada diatas 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keberagaman jawaban yang cukup besar namun mengarah ke kecil karena nilainya lebih sedikit dari 20%. Untuk pernyataan no 4 mengenai Transaksi yang mudah membuat saya sering melakukan pembelian melalui Shopee selama Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 4,15. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,968 atau $\left(\frac{0,968}{5} \times 100\%\right) = 19,36\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee.

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Ekonomi

Pada dimensi gaya hidup terdapat beberapa indikator, yaitu kecermatan petugas, standar pelayanan, dan kemampuan petugas. Tabel 5 menunjukkan hasil dari analisis statistik deskriptif pada dimensi gaya hidup dan indikator yang terdapat pada dimensi gaya hidup.

Tabel 5. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Ekonomi

Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kriteria Penilaian
Harga Terjangkau	130	1	5	3,94	0,887	Baik
Banyaknya Promo	130	1	5	4,15	0,849	Baik
Ongkos Kirim Murah	130	1	5	4,12	0,903	Baik
Rata-rata	130			4.07	0,878	Baik

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif untuk dimensi *gaya hidup*, memiliki nilai rata-rata 4,07 yang termasuk kedalam kategori baik karena berada di skala 3,41 – 4,20. Selain itu, jawaban dari pelanggan terhadap setiap indikator pada dimensi *gaya hidup* relatif sama atau seragam, terlihat dari rata-rata nilai standar deviasi sebesar 0,878 atau $\left(\frac{0,878}{5} \times 100\%\right) = 17,56\%$ berada dibawah 20% dari nilai *mean*.

Untuk pernyataan no 1 mengenai Harganya yang serba terjangkau mempermudah saya memenuhi kebutuhan selama Pandemi Covid-19 ini melalui Shopee memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,94. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,887 atau $\left(\frac{0,887}{5} \times 100\%\right) = 17,74\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pelanggan pengguna Shopee. Untuk pernyataan no 2 Banyaknya promo yang menarik dari sebelum adanya Pandemi Covid-19 menjadi daya tarik tersendiri untuk melakukan pembelian melalui Shopee memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 4,15. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori sangat baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,849 atau $\left(\frac{0,849}{5} \times 100\%\right) = 16,98\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee. Untuk pernyataan no 3 mengenai Ongkos kirim yang murah juga yang membuat saya senang berbelanja di Shopee selama Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 4,12. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,903 atau $\left(\frac{0,903}{5} \times 100\%\right) = 18,06\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee.

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Motivasi

Pada dimensi motivasi terdapat beberapa indikator, yaitu kecermatan petugas, standar pelayanan, dan kemampuan petugas. Tabel 6 menunjukkan hasil dari analisis statistik deskriptif pada dimensi motivasi dan indikator yang terdapat pada dimensi motivasi.

Tabel 6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Motivasi

Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kriteria Penilaian
Keterharusan berbelanja online	130	1	5	3,78	1,019	Baik
Kualitas yang tidak menipu	130	1	5	3,65	0,842	Baik
Riview Produk baik	130	1	5	4,23	0,849	Sangat Baik

Rata-rata	130	3,89	0,903	Baik
------------------	------------	-------------	--------------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2021

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif untuk dimensi *gaya hidup*, memiliki nilai rata-rata 3,89 yang termasuk kedalam kategori baik karena berada di skala 3,41 – 4,20. Selain itu, jawaban dari pelanggan terhadap setiap indikator pada dimensi *gaya hidup* relatif sama atau seragam, terlihat dari rata-rata nilai standar deviasi sebesar 0,903 atau $\left(\frac{0,903}{5} \times 100\%\right) = 18,06\%$ berada dibawah 20% dari nilai *mean*.

Untuk pernyataan no 1 mengenai Sejak adanya PSBB karena Pandemi Covid-19 membuat saya sulit berbelanja offline sehingga mengharuskan saya berbelanja online melalui Shopee memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,78. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 1,019 atau $\left(\frac{1,019}{5} \times 100\%\right) = 20,38\%$. Nilai tersebut berada diatas 20% dari nilai *mean* yang menunjukan bahwa adanya keberagaman jawaban yang cukup besar namun mengarah ke kecil karena nilainya lebih sedikit dari 20%. Untuk pernyataan no 2 Kualitas yang tidak menipu dengan standar harga yang terjangkau membuat saya merasa nyaman untuk berbelanja melalui Shopee selama Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,65. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori sangat baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,842 atau $\left(\frac{0,842}{5} \times 100\%\right) = 16,84\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee. Untuk pernyataan no 3 mengenai Dengan adanya review produk membuat saya merasa lebih aman berbelanja di Shopee dari sebelum adanya Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 4,23. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,849 atau $\left(\frac{0,849}{5} \times 100\%\right) = 16,98\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee.

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi

Pada dimensi persepsi terdapat beberapa indikator, yaitu kecermatan petugas, standar pelayanan, dan kemampuan petugas. Tabel 7 menunjukkan hasil dari analisis statistik deskriptif pada dimensi persepsi dan indikator yang terdapat pada dimensi persepsi.

Tabel 7. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi

Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kriteria Penilaian
------------------	----------	----------------	----------------	-------------	-----------------------	---------------------------

Produk lengkap	130	1	5	3,97	0,930	Baik
Produk unik	130	1	5	3,93	0,919	Baik
Sopan Santun Pelayan	130	2	5	3,88	0,820	Sangat Baik
Rata-rata	130			3,92	0,888	Baik

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2021

terhadap setiap indikator pada dimensi *gaya hidup* relatif sama atau seragam, terlihat dari rata-rata nilai standar deviasi sebesar 0,888 atau $\left(\frac{0,888}{5} \times 100\%\right) = 17,76\%$ berada dibawah 20% dari nilai *mean*.

Untuk pernyataan no 1 mengenai Shopee menawarkan produk lengkap yang membuat saya berminat untuk melakukan belanja online selama masa Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,97. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,930 atau $\left(\frac{0,930}{5} \times 100\%\right) = 18,06\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pelanggan pengguna Shopee. Untuk pernyataan no 2 Banyak produk-produk unik yang membuat saya berminat untuk berbelanja online melalui Shopee selama Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 1, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,93. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori sangat baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,919 atau $\left(\frac{0,919}{5} \times 100\%\right) = 18,38\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee. Untuk pernyataan no 3 mengenai Sopan Santun dalam pelayanan yang diberikan oleh penjual membuat saya lebih merasa nyaman berbelanja online melalui Shopee selama Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum yaitu sebesar 2, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 5. Adapun nilai rata-rata yang didapat sebesar 3,88. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari pengguna Shopee termasuk kedalam kategori baik. Kemudian, untuk nilai standar deviasi yang didapat yaitu sebesar 0,820 atau $\left(\frac{0,820}{5} \times 100\%\right) = 16,04\%$. Nilai tersebut berada dibawah 20% dari nilai *mean* yang menunjukkan bahwa adanya keseragaman jawaban atau jawaban relatif sama dari pengguna Shopee.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil olah data yang dilakukan penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa perubahan perilaku konsumen Shopee di masa pandemi Covid-19

menunjukkan perubahan yang signifikan. Hal tersebut didasari oleh dua faktor perubahan perilaku konsumen diantaranya faktor pribadi dan faktor psikologi, dari faktor tersenut terbagi lagi menjadi beberapa dimensi, sebagai berikut :

- a. Dimensi gaya hidup berdasarkan faktor pribadi yang terdiri dari indikator minat belanja, lebih up to date, mempermudah kebutuhan dan mempermudah transaksi mendapatkan tanggapan yang cukup baik dari para konsumen yang mengisi survey tersebut.
- b. Dimensi keadaan ekonomi berdasarkan faktor pribadi yang terdiri dari indikator harga terjangkau, banyaknya promo, dan ongkos kirim yang murah dapat sudah mendapatkan tanggapan yang baik dari tiap konsumennya.
- c. Dimensi motivasi berdasarkan faktor psikologi yang terdiri dari indikator adanya PSBB yang mengharuskan berbelanja online melalui Shopee, kualitas yang tidak menipu, dan review produk yang baik dapat dikatakan sudah baik.
- d. Dimensi persepsi berdasarkan faktor psikologi yang terdiri dari indikator menawarkan produk lengkap, banyaknya produk yang unik dan sopan santun pelayanan dapat dikatakan sudah baik.

Referensi :

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Médicos de España* (Vol. 22).
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya pada minat pembelian Ulang konsumen keretaapi kelas eksekutif argo parahiyangan. *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia*, 13(2), 37-48.
- Yuan, B., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kepuasan Kerja Tentang Kinerja Karyawan Di PT. Industri Nesinak. *Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 130-139.