

SKRIPSI

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BAHAN
PANGAN POKOK SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE* SELAMA
PANDEMI DI KOTA PALEMBANG**

***CONSUMER DECISIONS IN ONLINE AND OFFLINE
PURCHASES OF STAPLE FOODSTUFF DURING PANDEMIC
IN THE CITY OF PALEMBANG***



**Sevina Ayu Andini
05011181722011**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BAHAN
PANGAN POKOK SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE* SELAMA
PANDEMI DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

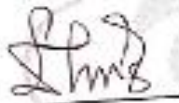
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :

Sevina Ayu Andini
05011181722011

Indralaya, Juli 2021
Pembimbing II

Pembimbing I



Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc.
NIP. 195904231983122001



M. Arbi, S.P., M.Sc.
NIP. 197711022005011001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul “Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bahan Pangan Pokok Secara *Online* dan *Offline* Selama Pandemi di Kota Palembang” oleh Sevina Ayu Andini telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 04 Juni 2021 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|---|------------|---|
| 1. Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc.
NIP 195904231983122001 | Ketua | (..... ) |
| 2. Muhammad Arbi, S.P., M.Sc.
NIP 197711022005011001 | Sekretaris | (..... ) |
| 3. Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D.
NIP 196607071993121001 | Anggota | (..... ) |
| 4. Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si., Ph.D.
NIP 198607182008122005 | Anggota | (..... ) |

Indralaya, Juli 2021
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP.196501021992031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sevina Ayu Andini

NIM : 05011181722011

Judul : Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bahan Pangan Pokok
Secara *Online* dan *Offline* Selama Pandemi Di Kota Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat didalam skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiat dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



Indralaya, Juli 2021



Sevina Ayu Andini

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, atas hidayah dan kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bahan Pangan Pokok Secara *Online* dan *Offline* Selama Pandemi di Kota Palembang”. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak berupa ilmu pengetahuan serta bimbingan, baik berupa tenaga, ide, dan pemikiran maupun bahan pustaka yang digunakan dalam skripsi ini. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan nikmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak A. Manap dan Ibu Asmizar serta saudara (Yulia, Yuliana, Novrian, dan Desty Anggraini) serta keluarga besar yang telah mendidik, mendoakan dan memberikan supportnya yang tiada henti, terimakasih juga untuk kasih dan sayang serta materi yang telah diberikan selama ini.
3. Ibu Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc. selaku dosen pembimbing I dan Bapak M. Arbi, S.P., M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan didalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan izin sehingga pelaksanaan penelitian ini dapat dilaksanakan.
5. Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D. dan Ibu Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si., Ph.D. selaku dosen penelaah dan penguji yang sudah meluangkan waktunya dalam memberi saran dan arahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, terkhusus jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Terimakasih untuk seluruh ilmu pengetahuan dan bantuannya selama penulis berada dibangku perkuliahan.

7. Seluruh jajaran staff akademik Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Univeristas Sriwijaya yang telah bersedia membantu pemberkasan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Sahabat seperjuangan sejak awal kuliah yaitu Rina, Layli, Orrin, Rizkika, dan Adibah serta sahabat sedari SMA yaitu Fairuz, Rissa, Emi, Sherina, Raka, Aldi, Ilham dan Geri. Terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat selama ini serta telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman Agribisnis 2017 terutama kelas B Indralaya, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan dan telah menjadi teman selama masa pendidikan di Universitas Sriwijaya.
10. Sevina Ayu Andini yang telah berhasil melewati masa-masa perkuliahan selama empat tahun ini dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu selama pembuatan skripsi yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Apabila nantinya dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalaham, penulis mohon maaf sekaligus mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya, dengan mengharapkan ridho Allah SWT, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan	4
1.4. Kegunaan	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Konsepsi Bahan Pangan Pokok.....	5
2.1.2. Konsepsi Pandemi Covid-19.....	9
2.1.3. Konsepsi Pembelian	10
2.1.3.1. Konsepsi Pembelian <i>Online</i>	10
2.1.3.2. Konsepsi Pembelian <i>Offline</i>	11
2.1.4. Konsepsi Karakteristik Konsumen.....	12
2.1.5. Konsepsi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	14
2.1.6. Konsepsi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	16
2.2. Model Pendekatan.....	18
2.3. Hipotesis.....	19
2.4. Batasan Operasional.....	20
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	21
3.1. Tempat dan Waktu	21
3.2. Metode Penelitian.....	21
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data	22
3.5. Metode Pengolahan Data	22
3.5.1. Metode Regresi Logistik Biner	24

	Halaman
3.5.1.1. Uji Kesesuain Model.....	25
3.5.1.2. Koefisien Determinasi.....	25
3.5.1.3. Uji Wald.....	25
3.5.1.4. Interpretasi Parameter	26
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian	27
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi.....	27
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi.....	27
4.1.3. Keadaan Iklim dan Cuaca	29
4.1.4. Demografi Kota Palembang.....	30
4.1.4.1. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.1.4.2. Penduduk Berdasarkan Golongan Umur.....	31
4.1.4.3. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	32
4.1.4.3. Penduduk Berdasarkan Agama	32
4.1.5 Sarana dan Prasarana.....	33
4.1.5.1. Sarana Pendidikan	33
4.1.5.2. Sarana Kesehatan	34
4.1.5.3. Sarana Keagamaan	34
4.2. Karakteristik Responden	35
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan/Tempat Tinggal	35
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	38
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
4.2.7. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	40
4.3. Proses Pengambilan Keputusan	41
4.3.1. Pengenalan Masalah.....	41
4.3.2. Pencarian Informasi	44
4.3.3. Evaluasi Alternatif	46
4.3.4. Keputusan Pembelian.....	48

	Halaman
4.3.5. Perilaku Pasca Pembelian	49
4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	52
4.4.1. Umur	53
4.4.2. Pendapatan	54
4.4.3. Pendidikan.....	55
4.4.4. Harga	55
4.4.5. Produk	56
4.4.6. Promosi	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	15
Gambar 2.2. Model Pendekatan	18

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Pengelompokan Bahan Pangan Pokok.....	6
Tabel 4.1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Palembang.....	28
Tabel 4.2. Keadaan Iklim dan Cuaca Kota Palembang.....	29
Tabel 4.3. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.4. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Golongan Umur	31
Tabel 4.5. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Mata Pencaharian	32
Tabel 4.6. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Agama	32
Tabel 4.7. Fasilitas Gedung Pendidikan Kota Palembang	33
Tabel 4.8. Fasilitas Gedung Kesehatan Kota Palembang	34
Tabel 4.9. Fasilitas Gedung Keagamaan Kota Palembang	34
Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan/ Tempat Tinggal	35
Tabel 4.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.15. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	40
Tabel 4.16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	40
Tabel 4.17. Motivasi Melakukan Pembelian	42
Tabel 4.18. Kepentingan Membeli Bahan Pangan Pokok	43
Tabel 4.19. Subjek yang Mengambil Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.20. Kegiatan Pencarian Informasi Bahan Pangan Pokok.....	44
Tabel 4.21. Sumber Informasi Konsumen Mengenai Bahan Pangan Pokok	45
Tabel 4.22. Informasi Penting Bagi Konsumen	45
Tabel 4.23. Pertimbangan Konsumen Membeli Bahan Pangan Pokok	46
Tabel 4.24. Pertimbangan Konsumen Memilih Tempat Pembelian	47
Tabel 4.25. Cara Konsumen Memutuskan Pembelian	48
Tabel 4.26. Subjek yang Melakukan Pembelian Bahan Pangan Pokok.....	49
Tabel 4.27. Tingkat Kepuasan Konsumen Setelah Melakukan Pembelian	50

	Halaman
Tabel 4.28. Sikap Konsumen Apabila Bahan Pangan Pokok Mengalami Kenaikan Harga.....	50
Tabel 4.29. Sikap Konsumen Apabila Bahan Pangan Pokok Tidak Tersedia.....	51
Tabel 4.30. Ringkasan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	52
Tabel 4.31. Hasil Uji Analisis Regresi Logistik Biner	53

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang	63
Lampiran 2. Karakteristik Responden Pembelian <i>Online</i>	64
Lampiran 3. Karakteristik Responden Pembelian <i>Offline</i>	66
Lampiran 4. Tahap Pengenalan Masalah dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Online</i>	68
Lampiran 5. Tahap Pengenalan Masalah dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Offline</i>	69
Lampiran 6. Tahap Pencarian Informasi dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Online</i>	70
Lampiran 7. Tahap Pencarian Informasi dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Offline</i>	72
Lampiran 8. Tahap Evaluasi Alternatif dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Online</i>	74
Lampiran 9. Tahap Evaluasi Alternatif dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Offline</i>	75
Lampiran 10. Tahap Keputusan Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Online</i>	76
Lampiran 11. Tahap Keputusan Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Offline</i>	77
Lampiran 12. Tahap Perilaku Pasca Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Online</i>	78
Lampiran 13. Tahap Perilaku Pasca Pembelian dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Offline</i>	79
Lampiran 14. Hasil Uji Regresi Logistik Biner	80

Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bahan Pangan Pokok Secara *Online* dan *Offline* Selama Pandemi di Kota Palembang

Consumer Decisions In Online and Offline Purchases Of Staple Foodstuff During Pandemic In The City Of Palembang

Sevina Ayu Andini¹,

Laila Husin², Muhammad Arbi³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian

Universitas Sriwijaya. Jalan Palembang-Prabumulih Km.32 Indralaya Ogan Ilir
30862


Abstract

During a pandemic, consumer behavior tends to lead to changing situations. The pattern of transactions in the food aspect has begun to change to be online based. The consumers decision to choose the type of purchase is influenced by certain factors. The objectives of this study are (1) to describe the characteristics of consumers who purchase basic foodstuffs offline and online during the pandemic period in Palembang City (2) Describe the process of making consumer decisions in purchasing staple foods offline and online during the pandemic period in Palembang City. (3) Analyze what factors influence consumer decisions in purchasing staple foods offline or online during the pandemic period in Palembang City. Data collection activities were carried out in March 2021 in Palembang City. The research method used in this study is a survey method using google form.. The method used in sampling is purposive sampling. Data collection methods are primary and secondary data. The characteristics of consumers who purchase basic foodstuffs online and offline in general, in 26-35 years and 46-55 years age group, female, have a job, diploma/bachelor's degree, have an income of > IDR 3,500,000, and have a family of 4-6 people. The process of making decisions online and offline purchases goes through the stages of problem identification, information retrieval, evaluation of alternatives, purchasing decisions, and post-purchase behavior. There are differences, including the motivation, the information search stage, the alternative evaluation stage, and how to make decisions. Promotion variable affect the purchase of staple foodstuff online, while age and price variables affect the purchase of staple foodstuff offline.

Keywords: Purchase decision, staple foodstuff, pandemic

Indralaya, Juli 2021
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Pembimbing I



Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc.
NIP. 195904231983122001




Dr. Ir. Maryadi, M.Sc.
NIP. 196501021992031001

Pembimbing II



M. Arbi, S.P., M.Sc.
NIP. 197711022005011001

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya adalah bagian dari hak asasi manusia yang dijamin didalam UUD 1945 sebagai komponen dasar dalam mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Menurut Undang Undang RI Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, pengertian pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.

Konsumsi pangan merupakan jumlah pangan, secara tunggal atau beragam, yang dikonsumsi seseorang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, psikologis, maupun sosiologisnya. Pemenuhan konsumsi pangan diprioritaskan pada konsumsi pangan bahan pokok khususnya bahan pangan pokok seperti beras, jagung, kedelai, daging sapi/kerbau, daging ayam, telur ayam/bebek/itik, susu sapi, ikan, bawang merah, dan cabe. Bahan pokok tersebut merupakan faktor utama untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat seperti kalori, protein, lemak, vitamin, dan mineral (BPS, 2018).

Pangan memegang peranan penting dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, pemenuhan penyediaan pangan juga tergolong sebagai hak asasi manusia. Kemampuan menyediakan pangan bagi rakyat merupakan indikator suatu bangsa. Jumlah dan jenis pangan yang dikonsumsi oleh masyarakat tergantung oleh beberapa faktor, diantaranya adalah jumlah produksi dan ketersediaan pangan. Pertambahan jumlah penduduk juga ikut berperan pada peningkatan konsumsi bahan pangan pokok. Ketersediaan stok pangan Sumatera Selatan seperti beras, gula, hingga daging terus dipantau selama masa pandemi. Sampai beberapa bulan kedepan stok pangan di Sumatera Selatan masih aman sehingga masyarakat diminta untuk tidak membeli barang dalam jumlah besar.

Saat ini Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena pandemi Covid-19. Covid-19 adalah kepanjangan dari sebuah pandemi *coronaviruses disease* 2019. Penyakit menular dan mematikan yang disebabkan oleh SARSCoV-2, salah satu jenis dari virus corona. Palembang menjadi salah satu wilayah di Sumatera Selatan yang terdeteksi virus Covid-19 sejak Maret 2020. Diawali dengan meninggalnya salah satu pasien di RS Muhammad Hoesin dan berstatus ODP. Seiring berjalannya waktu, SATGAS akhirnya memastikan pasien yang meninggal terpapar Covid-19.

Akibat pandemi COVID-19, segala aspek kehidupan cenderung mengarah pada situasi normal baru. Himbauan pemerintah kepada masyarakat untuk melakukan pekerjaan dari rumah (*work for home*) dan menjaga jarak secara fisik sosial/fisik (*social/physical distancing*) serta kebijakan beberapa pemerintah daerah yang mengimplementasikan PSBB, telah membuat perubahan situasi yang baru di hampir semua aspek kehidupan, termasuk perubahan aspek pangan (Hirawan dan Verselita, 2020). Akibat diterapkannya *social/physical distancing* atau pembatasan sosial berskala besar (PSBB), mobilisasi bahan pangan mengalami beberapa penyesuaian di mana terjadi pola perubahan jalur pasokan yang lebih banyak menuju pasar-pasar modern dan pasar yang berbasis *online*. Sementara itu dari sisi konsumsi, pola transaksi juga mulai berubah yang ditunjukkan semakin meningkatnya transaksi yang menggunakan platform digital atau *online*. Selama masa pandemi, rumah tangga cenderung mengurangi frekuensi belanja ke pasar atau warung atau rumah makan, namun ada peningkatan aktivitas belanja dalam jaringan (*online*) untuk produk pangan dan non pangan (Purwanto, 2020).

Contoh nyatanya, bagaimana pasar tradisional pada saat ini banyak menjalankan prinsip pengantaran barang secara *online* atau via telepon. Sejumlah pasar di Palembang membuka pelayanan belanja *online* dengan cara menghubungi langsung pedagang pasar atau melalui aplikasi *online* yang telah disediakan. Ada juga platform aplikasi yang tersedia di Kota Palembang untuk berbelanja secara *online* adalah Pasar DHD/Bajolbae.

Pembelian secara *offline* dan *online* saat wabah corona memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Menurut konsumen pembelian *offline* memiliki sisi positif, seperti mereka bisa memastikan kualitas produk secara langsung. Namun, mereka juga merasa cemas terhadap penyebaran Covid-19, jika

harus melakukan pembelian secara *offline*. Kendati begitu di satu sisi pembelian secara *online* memberikan kemudahan seperti lebih efisien dan hemat waktu. Namun terdapat batasan mereka tidak bisa memastikan kualitas produknya dan mereka kehilangan pengalaman ketika pembelian secara *online* (Merdeka, 2020).

Untuk itu, dalam proses pembelian konsumen selalu didasarkan berbagai pertimbangan yang membuat mereka lebih rasional dan cerdas untuk memilih tempat untuk berbelanja. Keadaan yang sedang terjadi saat ini tentunya akan berpengaruh pada perubahan pola perilaku konsumen. Pada umumnya, dalam masa krisis, sebagian besar konsumen akan masuk pada mode siaga (*alert mode*), dimana mereka akan menata ulang prioritas mereka berdasarkan kebutuhan terpenting untuk bertahan hidup. Perilaku konsumen adalah sebagai gambaran yang menunjukkan suatu penjelasan tentang apa yang menjadi keinginan kebutuhan konsumen baik dalam jangka pendek dan jangka panjang sekalipun. Perilaku konsumen menggambarkan suatu proses, dimulai dari ketika konsumen belum melakukan pembelian, saat melakukan pembelian, dan setelah pembelian terjadi sehingga hubungan antara satu tahap dengan tahap lainnya menggambarkan pendekatan proses pembuatan keputusan oleh konsumen (Suprapti, 2010). Pertimbangan pada konsumen antara lain : pada kesadaran atas kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif (pemilihan alternatif lain), keputusan membeli (motif rasional dan motif emosional) dan evaluasi pasca pembelian.

Setiap konsumen dalam membeli sebuah produk mempunyai keputusan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh faktor-faktor yang mendorongnya dengan kuat untuk mempengaruhi keputusan tersebut. Faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor individu, faktor psikologis dan faktor strategi pemasaran (Simamora, 2008). Berdasarkan beberapa uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait keputusan konsumen dalam pembelian bahan pangan pokok secara *online* dan *offline* selama pandemi di Kota Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang melakukan pembelian bahan pangan pokok secara *online* dan *offline* selama masa pandemi di Kota Palembang?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian bahan pangan pokok secara *online* dan *offline* selama masa pandemi di Kota Palembang?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bahan pangan pokok secara *online* atau *offline* selama masa pandemi di Kota Palembang?

1.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang melakukan pembelian bahan pangan pokok secara *offline* dan *online* selama masa pandemi di Kota Palembang.
2. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian bahan pangan pokok secara *offline* dan *online* selama masa pandemi di Kota Palembang.
3. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bahan pangan pokok secara *offline* atau *online* selama masa pandemi di Kota Palembang.

1.4. Kegunaan

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dan bahan pertimbangan pihak-pihak yang terlibat dalam sistem agribisnis sehingga dapat mengetahui apa saja yang menjadi pertimbangan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian bahan pangan pokok baik secara *offline* dan *online* selama masa pandemi.
2. Bagi peneliti, mahasiswa, dan pihak-pihak yang membutuhkan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan informasi

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarinanti, M. 2007. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi dan Ekspor Beras Indonesia. Proogram Studi Ekonomi Pertanian dan Sumber Daya. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Arikunto, S. 2008. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnanto, Hartoyo, S., dan Rindayanti, W. 2014. Analisis Integrasi Pasar Spasial Komoditi Pangan Antar Provinsi Di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan Vol. 3, No. 2 hal 136-157.
- Assauri, S. 2004. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi). Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Kajian Konsumsi Bahan Pokok 2017. BadanPusat Statistika.
- _____. 2021. Kota Palembang Dalam Angka. Badan Pusat Statistika Kota Palembang.
- Badan Standarisasi Nasional. 2013. SNI No 3741:2013. Minyak Goreng. Badan Standarisasi Nasional. Jakarta.
- Buana, D. R. 2020. Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. National Research Tomsk State University. Universitas Mercu Buana.
- Churmen, I. 2001. Menyelamatkan Industri Gula Indonesia Edisi 1. Jakarta : Millenium Publisher.
- Devi, L.K.I. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada *Market Place* Shopee: Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- FAO. 2010. *Agriculture and Consumer Protection. "Dimensions of Need - Staple Foods: What Do People Eat?".* <http://www.fao.org/3/u8480e/u8480e07.htm> (diakses pada 22 Oktober 2020).
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hamdani, M., Budiwati,N., dan Septiana N. 2020. Faktor-Faktor yang Memoengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Bahan Pokok Sehari-Hari di Pasar Modern Martapura. *Frontier Agribisnis* Vol 4 No2, hlm 34-41.

- Hansen, T., Moller Jensen, J., dan Stubbe Solgaard, H. 2004. *Predicting Online Grocery Buying Intention; A Comparison of The Theory of Reasoned Action and The Theory of Planned Behavior. Internatinal Journal of Information Management* Vol 24 No 6, hlm 539-550.
- Harahap, D. A., dan Amanah, D. 2018. Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* Vol9, No. 2, hlm 193-213.
- Haubl, G. dan Trifts, V. 2000. *Consumer decisionmaking in online shopping environments: The effects of interactive decision aids. Marketing Science*, 19(1), 4-21
- Hirawan, F.B. dan Verselita, A.A. 2020. Kebijakan Pangan di Masa Pandemi COVID-19. *CSIS Commentaries DMRU-048-ID*.
- Kementerian Kesehatan RI. 2020. Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease. Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Revisi Ke-5.
- Kementerian Perdagangan. 2010. Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Periode 2010-2014. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2010. Rencana Strategis Badan Ketahanan Pangan 2010-2014. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.
- Ketaren. 2005. Minyak dan Lemak Pangan Edisi Pertama. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Kotler, P. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo.
- _____. dan Keller, K. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusumaningrum, A., Widiyaningrum, P., dan Mubarok, I. 2013. Penurunan Total Bakteri Daging Ayam dengan Perlakuan Perendaman Infusa Daun Salam (*Syzygium polyanthum*). *Jurnal MIPA* Vol 36 No 1.
- Lalwani, D. 2016. *Young Consumers Online and Offline Channel Purchase Behavior. Master Degree Thesis International Bussiness Management- A Nordic Focus*.
- Lestari, S. A., Winarno, W.W., dan Rizal, M.N. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Online: PVT Model. Departemen Teknik Elektro dan Teknologi Informasi. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Liang, T.P. dan Lai. H.J. 2002. *Effect of Store Design on Consumer Purchases: An Empirical Study of On-line Bookstores. Information and Management Journal* Vol. 39, No. 6, hal 431-444.

- Merdeka. 2020. Survei: Aktivitas Belanja *Online* Melonjak Jadi 28,9 Persen Saat Ada Corona. <https://www.merdeka.com/uang/survei-aktivitas-belanja-online-melonjak-jadi-289-persen-saat-ada-corona.html>. (diakses pada 22 Oktober 2020).
- Mokalu, J.Y., Maweikere, A.M., dan Waney, N.F.L. 2020. Deskripsi Faktor-Faktor Pada Konsumen Membeli Kebutuhan Bahan Pokok di Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Tradisional Pinasungkulan dan Swalayan Freshmart Bahu Kota Manado). *Jurnal Agrirud* Vol 2 No. 3, hlm 215-229.
- Nilsson, D. 2007. *Across – Cultural Comparison of Self-Service Technology Use. European Journal of Marketing* Vol 41, hlm 367-381.
- Nurwantoro, V.P. Bintoro, A.M. Legowo dan A. Purnomoadi. 2012. Pengolahan Daging dengan Sistem Marinasi Untuk Meningkatkan Keamanan Pangan dan Nilai Tambah. Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nuseir, M.T. 2010. *Evidence of Online Shopping. A Consumer Perspective. International Review of Business Research Papers* Vol 6, No. 5, hlm 90-106.
- Purwanto. 2020. Survei LIPI: Konsumsi Makanan Sehat Meningkatkan Selama Pandemi. [online]. <https://republika.co.id/berita/qhu2c1463/survei-lipi-konsumsi-makanan-sehat-meningkat-selama-pandemi>. (diakses pada 22 Oktober 2020).
- Prabowo, D.W. 2014. Pengelompokan Komoditi Bahan Pangan Pokok Dengan *Metode Analytical Hierarchy Process*. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* Col 8, No.2, hlm 163-182.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Prenada Media.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Trenz, M. 2015. *Multichannel Commerce: A Consumer Perspective On The Integration of Physical and Electronic Channels. Switzerland*.
- WHO. 2020. *Critical Preparedness. Readiness and Response Actions for Covid-19 (Interim Guidance)*.
- Winarno, F. G. dan Koswara, S. 2002. *Telur: Komposisi, Penanganan dan Pengolahannya*. Bogor: M-Brio Press.
- Yuniarty, S. Bahtiar, dan Abbas. 2018. Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Melalui *E-Commerce* pada PT. GRE. *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol 18, No 2, hlm 144-15.