

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak besar pada pola hidup masyarakat global. Pembatasan sosial, lockdown, dan protokol kesehatan yang diterapkan untuk mengendalikan penyebaran virus telah memaksa masyarakat untuk mengubah cara mereka berbelanja. Dari yang awalnya harus langsung ke pasar belanja secara tatap muka beralih menjadi belanja online.

Saat ini, orang lebih bersedia untuk terlibat dalam kegiatan online. Salah satu kegiatan tersebut adalah perdagangan dan transaksi belanja online untuk memenuhi kebutuhan dapur. Sebelum adanya kehebatan teknologi, semua kegiatan ekonomi dilakukan dengan cara tradisional, yaitu dengan terlibat dalam perdagangan dan melakukan transaksi langsung, saling setuju antara pembeli dan penjual. Namun, dengan munculnya internet, teknologi untuk perdagangan online dalam masyarakat disebut dengan sistem belanja online.

E-commerce merupakan salah satu proses jual beli barang maupun jasa yang dilakukan melalui media internet. Menurut Rehtalanit (2021) ( Adi Nugroho, 2006 ) e-commerce adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Semakin berkembangnya media elektronik dapat mempengaruhi aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bertransaksi jual beli melalui media online, yakni internet. Peran internet saat ini bukan hanya untuk aktivitas komunikasi, namun juga dapat digunakan sebagai alat untuk pencarian informasi. Alat-alat komunikasi tersebut meliputi komputer, laptop, dan juga

smartphone yang tentunya sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan koneksi menggunakan internet untuk dapat melakukan transaksi jual beli secara online.

Perdagangan elektronik (*electronic commerce* atau *e-commerce*) adalah penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* melibatkan transfer dana dan pertukaran data elektronik, sistem manajemen dan pengumpulan data secara otomatis (Syafnidawaty, 2020).

Masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya biasanya mencari kebutuhan sehari-hari secara langsung menuju toko atau pasar tradisional yang akan dituju agar dapat secara langsung memilih barang yang sesuai. Akan tetapi, dengan adanya perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dengan memanfaatkan smartphone untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan (Daeng et al., 2017).

Teknologi diciptakan untuk memudahkan aktivitas manusia (Hasyim dan Suroso, 2020). Saat ini masyarakat memanfaatkan teknologi karena meminati berbelanja secara online. Berbelanja secara online dilakukan mayoritas masyarakat dengan alasan memangkas kesulitan dalam mendapatkan kebutuhan (Ahmadi et al., 2018).

Belanja online telah menjadi fenomena yang semakin mendominasi dalam kehidupan masyarakat, terutama dengan berkembangnya teknologi informasi dan penetrasi internet yang semakin luas. Selama beberapa tahun terakhir, belanja online telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen untuk memenuhi

kebutuhan mereka, termasuk kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan dapur. Fenomena ini semakin terasa signifikan, terutama sejak munculnya pandemi COVID-19.

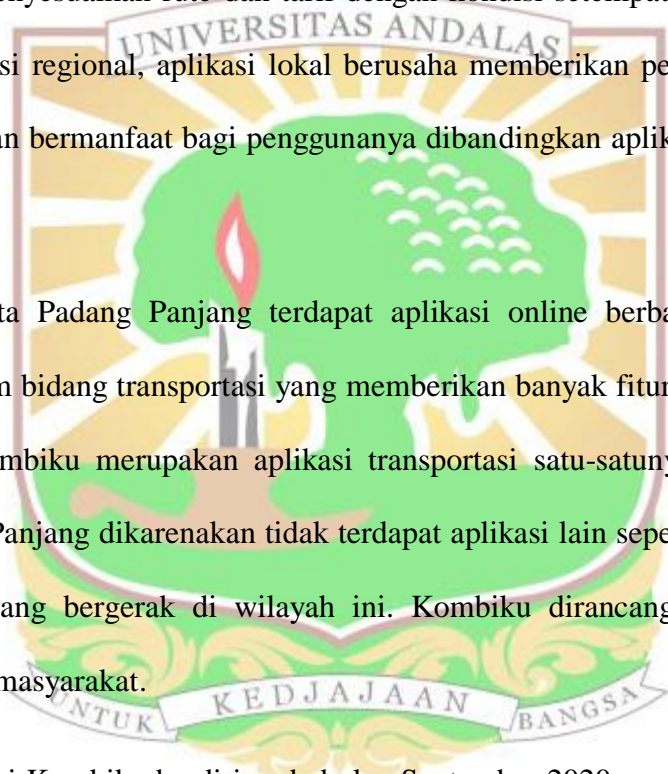
Walaupun nyatanya keadaan sudah kian membaik ternyata masih banyak konsumen terbiasa untuk belanja online. Contohnya saja konsumen di kota Padang Panjang yang gemar menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku. Padahal nyatanya kota Padang Panjang adalah kota kecil aksesnya serba dekat dan praktis termasuk ke pasar. Banyak kemudahan yang ditawarkan berupa pasar yang buka setiap hari dan kelengkapan bahan pangan tercukupi. Karena kebiasaan konsumen untuk belanja online ini menjadikan sepi nya pasar pusat kota Padang Panjang dikunjungi oleh konsumen karena sudah banyak yang menggantikannya dengan driver kombiku. Meskipun hal ini membuat konsumen untuk tetap berbelanja secara langsung ke pasar dan tidak beralih kepada kebiasaan belanja online.

Platform seperti GoShop, Tokopedia NOW, Sayurbox, GrabMart, dan Maxim Shop mencerminkan perkembangan pesat dalam industri e-commerce nasional yang didorong oleh kemajuan teknologi, perubahan gaya hidup konsumen, dan kebutuhan akan solusi belanja yang praktis dan efisien. Akibat perkembangan e-commerce yang sangat pesat, banyak perusahaan dan pelaku usaha mengembangkan e-commerce nya sendiri, salah satu e-commerce lokal yang sedang berkembang saat ini khususnya di Kota Padang Panjang yaitu aplikasi Kombiku ( Kota Serambi Kurir ).

Aplikasi lokal adalah perangkat lunak yang dikembangkan khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna di suatu wilayah atau pasar tertentu. Dirancang dengan mempertimbangkan konteks budaya, bahasa, dan kebiasaan lokal, aplikasi ini menawarkan fitur dan konten yang relevan bagi pengguna di area tersebut. Aplikasi e-commerce lokal mungkin menyediakan produk yang hanya tersedia di daerah tertentu, sementara aplikasi transportasi lokal dapat menyesuaikan rute dan tarif dengan kondisi setempat. Dengan fokus pada spesifikasi regional, aplikasi lokal berusaha memberikan pengalaman yang lebih sesuai dan bermanfaat bagi pengguna dibandingkan aplikasi global yang lebih umum.

Di Kota Padang Panjang terdapat aplikasi online berbasis lokal yang bergerak dalam bidang transportasi yang memberikan banyak fitur dan layanan di dalamnya. Kombiku merupakan aplikasi transportasi satu-satunya yang ada di Kota Padang Panjang dikarenakan tidak terdapat aplikasi lain seperti Gojek, Grab dan Maxim yang bergerak di wilayah ini. Kombiku dirancang khusus untuk memudahkan masyarakat.

Aplikasi Kombiku berdiri pada bulan September 2020 yang didirikan oleh Dodi Abrar. Kombiku merupakan *e-commerce* lokal yang menyediakan banyak fitur di dalamnya antara lain yaitu Kombiku Ride (motor), Kombiku Car (mobil), Kombiku Send (pengiriman barang), Kombiku Food (makanan), Kombiku Shop (toko), Apotek Kombiku dan Dapur Kombiku. Pengguna aplikasi kombiku berjumlah 22.108 downloader. Kombiku dikelola oleh pemilik dan admin. Jumlah



pengendara yang sudah bergabung dalam aplikasi kombiku ini sebanyak 193 driver. Berikut jumlah pengunduh dan driver dari tahun 2020-2024 :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengunduh**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2020	3.779
2.	2021	6.529
3.	2022	4.635
4.	2023	3.728
5.	2024	3437
	<b>Total</b>	<b>22.108</b>

*Sumber : Data Primer 2024*

Dari tabel diatas menunjukkan jumlah pengunduh dari tahun 2020 hingga 2024. Data ini mencakup lima tahun dengan jumlah pengunduh yang bervariasi. Pada tahun 2020, terdapat 3.779 pengunduh, yang meningkat signifikan pada tahun 2021 menjadi 6.529. Namun, jumlah pengunduh mengalami penurunan pada tahun 2022 menjadi 4.635 dan kembali turun pada tahun 2023 menjadi 3.728. Proyeksi untuk tahun 2024 menunjukkan jumlah pengunduh sebanyak 3.437. Total keseluruhan pengunduh selama lima tahun mencapai 22.108. Data ini diambil dari sumber primer tahun 2024, memberikan gambaran tentang trend pengunduhan dalam periode tersebut.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Driver**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2020	24
2.	2021	56
3.	2022	33
4.	2023	48
5.	2024	32
	<b>Total</b>	<b>193</b>

*Sumber : Data Primer 2024*

Dari tabel diatas menyajikan jumlah driver dari tahun 2020 hingga 2024. Data menunjukkan fluktuasi jumlah driver yang terdaftar setiap tahun. Pada tahun 2020, terdapat 24 driver, dan jumlah tersebut meningkat secara signifikan pada tahun 2021 menjadi 56. Namun, pada tahun 2022, jumlah driver turun menjadi 33. Tahun 2023 menunjukkan pemulihan dengan 48 driver, tetapi pada tahun 2024, jumlahnya kembali menurun menjadi 32. Secara keseluruhan, total jumlah driver selama lima tahun mencapai 193. Data ini diambil dari sumber primer tahun 2024, memberikan wawasan tentang perkembangan jumlah driver dalam periode yang dianalisis.

Dari banyaknya fitur yang tersedia dalam aplikasi kombiku peneliti tertarik membahas fitur dapur Kombi adalah fitur yang digemari oleh konsumen dari awal berdiri hingga saat ini. Pendiri Kombiku mengungkapkan dalam sehari pengguna fitur Dapur Kombiku minimal yaitu 10 orderan setiap harinya. ( Sumber;Data Primer,2024 ).

Fitur dapur Kombi pada aplikasi Kombiku telah menjadi salah satu layanan yang paling populer di kalangan pengguna sejak awal peluncurannya. Keberhasilan fitur ini tercermin dari tingginya tingkat penggunaan, dengan minimal 10 orderan setiap hari. Popularitas fitur dapur Kombi menunjukkan bahwa layanan ini berhasil memenuhi kebutuhan spesifik masyarakat Padang Panjang dalam hal belanja kebutuhan dapur secara online. Keberhasilan ini juga mengindikasikan adanya perubahan signifikan dalam perilaku belanja konsumen di kota tersebut, di mana mereka semakin nyaman dan percaya untuk membeli bahan-bahan dapur melalui platform digital.

Tingginya minat terhadap fitur dapur Kombi juga menggambarkan bagaimana aplikasi lokal seperti Kombiku dapat bersaing dengan platform e-commerce nasional yang lebih besar. Kemampuan Kombiku untuk menarik dan mempertahankan pengguna, terutama melalui fitur dapur Kombi, menunjukkan pentingnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen lokal. Hal ini juga mencerminkan keberhasilan Kombiku dalam mengadaptasi layanan mereka sesuai dengan karakteristik unik pasar di Padang Panjang, membuktikan bahwa aplikasi lokal dapat memberikan solusi yang lebih tepat sasaran dan relevan bagi masyarakat setempat dibandingkan dengan platform nasional yang lebih generik.

Peneliti mengambil subyek konsumen di Kota Padang Panjang yang menjadi sasaran inovasi baru dalam pengembangan teknologi dalam menggunakan aplikasi lokal yaitu kombiku. Ada beberapa contoh konsumen yang menggunakan layanan fitur dapur kombi :

**Tabel 1.3**  
**Pengguna Fitur Dapur Kombi Aplikasi Kombiku**

No.	Nama	Pekerjaan	Waktu Penggunaan Dapur Kombi ( 7 hari )
1.	Maitis	IRT	2 kali
2.	Eza Rusyiana	IRT	3 kali
3.	Yurnengtis Neneng	Staff Lurah	2-3 kali
4.	Santi Ruswita	Guru SMP	2-3 kali
5.	Genny Alviona	Mahasiswa	2 kali
6.	Arda Ardella	Penjaga Toko	1-2 kali

*Sumber : Data Primer 2024*

Berdasarkan survei awal peneliti terhadap 6 orang pengguna fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku yang terdiri dari ibu rumah tangga, staff lurah, guru, mahasiswa, dan penjaga toko. Timbulnya keinginan konsumen untuk memesan bahan dapur pada fitur dapur kombi ini, diketahui tercermin dari waktu penggunaan konsumen. Terdapat konsumen yang melakukan pemesanan bahan dapur menggunakan fitur dapur kombi paling banyak 3 kali.

Melihat kompleksitas perubahan yang dilakukan oleh konsumen di kota Padang Panjang ini, penting untuk memahami dengan lebih mendalam tentang bagaimana pandemi telah memengaruhi perilaku belanja online kebutuhan dapur. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut alasan perilaku konsumen untuk memilih belanja online dalam memenuhi kebutuhan dapur selama masa pasca pandemi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pemahaman lebih lanjut dan memberikan wawasan bagi perusahaan aplikasi lokal dalam meningkatkan layanan mereka.

Perilaku konsumen dalam konteks penggunaan fitur dapur kombi pada aplikasi Kombiku di Kota Padang Panjang mencerminkan perubahan signifikan dalam pola belanja masyarakat, terutama sejak pandemi COVID-19. Meskipun Padang Panjang adalah kota kecil dengan akses mudah ke pasar tradisional, konsumen tetap memilih untuk berbelanja online. Perilaku ini menunjukkan adaptasi terhadap teknologi dan perubahan preferensi yang bertahan bahkan setelah pembatasan sosial dilonggarkan.

Perilaku konsumen dalam menggunakan fitur dapur kombi ditandai dengan frekuensi penggunaan yang cukup tinggi. Berdasarkan data survei awal,



beberapa konsumen menggunakan layanan ini hingga tiga kali dalam seminggu. Hal ini mengindikasikan bahwa fitur tersebut telah terintegrasi ke dalam rutinitas belanja mereka, menggantikan kunjungan langsung ke pasar. Perilaku ini tidak hanya mencerminkan kenyamanan yang ditawarkan oleh teknologi, tetapi juga perubahan dalam prioritas konsumen yang lebih menghargai efisiensi waktu dan kemudahan akses.

Keberagaman profil pengguna fitur dapur kombi, mulai dari ibu rumah tangga hingga mahasiswa, menunjukkan bahwa perilaku belanja online telah diadopsi oleh berbagai segmen masyarakat. Ini mencerminkan perubahan luas dalam cara masyarakat memenuhi kebutuhan dapur mereka, tidak terbatas pada kelompok usia atau profesi tertentu. Perilaku ini juga menggambarkan bagaimana teknologi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Padang Panjang, bahkan dalam aspek yang sebelumnya sangat tradisional seperti berbelanja bahan makanan.

Menariknya, perilaku konsumen dalam menggunakan fitur dapur kombi bertahan bahkan ketika situasi pandemi mulai membaik. Ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku yang awalnya dipicu oleh kebutuhan untuk menjaga jarak sosial telah berkembang menjadi preferensi jangka panjang. Perilaku ini tidak hanya mencerminkan kenyamanan dan efisiensi yang ditawarkan oleh layanan online, tetapi juga menandakan pergeseran lebih luas dalam cara masyarakat memandang dan berinteraksi dengan pasar tradisional. Fenomena ini menghadirkan tantangan baru bagi pasar tradisional dan memerlukan pemahaman

lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih metode belanja mereka.

## 1.2 Rumusan Masalah

Kota Padang Panjang adalah salah satu kota dengan luas wilayah terkecil yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang Panjang memiliki pasar pusat yang buka setiap hari, dan kebutuhan bahan pangan tercukupi. Hal ini mestinya membuat konsumen gemar dan senang berbelanja secara langsung di pasar pusat kota Padang Panjang, akan tetapi semenjak pandemi beberapa tahun lalu yang memberlakukan PPKM, PPKM adalah singkatan dari Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. PPKM ini diberlakukan untuk membantu mengurangi laju kenaikan angka positif Covid-19 yang membuat konsumen belanja online untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga yaitu melalui fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku, hal ini menyebabkan kunjungan ke pasar pusat kota Padang Panjang pun menjadi sepi.

Penelitian ini penting untuk diteliti karena merupakan suatu fenomena yang terjadi pada masyarakat saat ini. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat memberikan pengaruh terhadap perkembangan dalam berbagai bidang kehidupan disertai juga dengan perubahan keadaan yang menjadi terbatas semenjak pandemi Covid-19 yang membuat konsumen menjadi terbiasa untuk memanfaatkan teknologi.

Melihat adanya perubahan perilaku konsumen dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam belanja online, penelitian ini difokuskan untuk melihat alasan perilaku belanja online yang dialami konsumen untuk berbelanja

memenuhi kebutuhan dapur. Berdasarkan deskripsi tersebut, maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah *“Apa alasan perilaku konsumen menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku?”*

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian adalah :

a. Tujuan Umum

Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan alasan perilaku konsumen menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku.

b. Tujuan Khusus

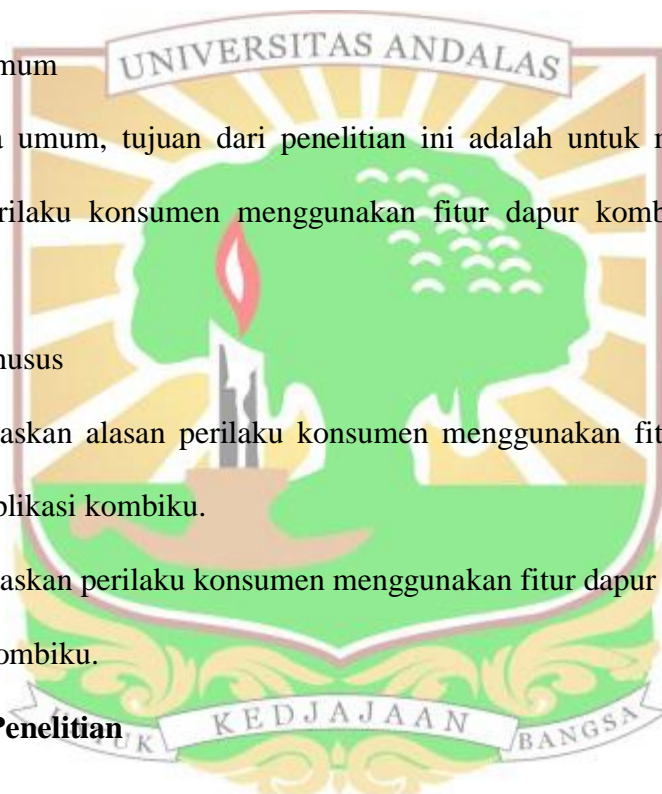
1. Menjelaskan alasan perilaku konsumen menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku.
2. Menjelaskan perilaku konsumen menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian di atas terdapat manfaat yang dapat diambil, adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan mengenai alasan perilaku konsumen menggunakan fitur dapur kombi pada



aplikasi kombiku. Selain itu peneliti berharap penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan dan sebagai literatur untuk penelitian di masa yang akan datang khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi Sosiologi Ekonomi.

## 2. Manfaat Praktis

Diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan kepada akademik sosial dalam melakukan sebuah riset, terkhusus bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.

### 1.5 Tinjauan Pustaka

#### 1.5.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku mencari, membeli, mengevaluasi, menggunakan, dan membelanjakan produk dan jasa yang diharapkan konsumen dapat memenuhi kebutuhannya. Tindakan ini melibatkan studi tunggal pembelian dan pertukaran, termasuk barang dan jasa, pengalaman, perolehan ide, konsumsi, dan produksi.

Perilaku konsumen adalah kajian tentang cara individu atau kelompok membuat keputusan mengenai barang dan jasa yang mereka beli, dan gunakan. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen serta bagaimana keputusan tersebut mempengaruhi pengalaman dan kepuasan mereka. Proses Pengambilan Keputusan. Yang pertama pengenalan masalah, konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang

perlu diatasi, yang memicu pencarian solusi. Dan yang kedua pencarian informasi, konsumen mengumpulkan informasi tentang produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan atau mengatasi masalah tersebut. Informasi ini dapat berasal dari berbagai sumber seperti internet, teman, atau iklan.

Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli barang dan jasa, maka harus tau itu pengertian dari perilaku konsumen ini. Perilaku konsumen (Engel, 1994:3) ialah : "Tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini atau penentuan kegiatan tersebut".

### **1.5.2 Aplikasi Lokal Kombiku**

Berangkat dari sebuah komunitas sesama driver yang dinamai Red Kombi, para mantan driver Go jek ini membangun aplikasi Transportasi Online local sendiri dengan nama Kombiku. Yang merupakan singkatan dari Kota Serambi Kurir. Aplikasi ini tumbuh dari Anak Nagari untuk memberdayakan Anak Nagari dan ekonomi Nagari. Aplikasi Kombiku bisa diunduh di layanan Google Play yang menawarkan layanan transportasi online layaknya layanan yang ditawarkan oleh Aplikasi Transportasi dan jasa Kurir lainnya. Dengan motto layanan " We Will do it for You " , para kru Kombiku bertekad untuk mampu menjawab segala kebutuhan masyarakat Padang Panjang dan sekitarnya.

Aplikasi Kombiku berdiri pada bulan September 2020 yang didirikan oleh Dodi Abrar. Kombiku merupakan e-commerce yang menyediakan banyak fitur di dalamnya antara lain yaitu Kombiku Ride, Kombiku Car, Kombiku Send, Kombiku Food, Kombiku Shop, Apotek Kombiku dan Dapur Kombiku. Pengguna aktif Kombiku dari September 2020 hingga saat ini yaitu 22.108 dan driver aktif sebanyak 193 Orang.

Dari banyaknya fitur di kombiku, dapur kombiku adalah fitur yang digemari oleh berbagai kalangan dari awal berdiri hingga saat ini. Pendiri Kombiku mengungkapkan dalam sehari pengguna fitur Dapur Kombiku minimal yaitu 10 orderan setiap harinya ( Sumber : Data Primer, 2024 ).

Berikut beberapa cara untuk mendapatkan layanan fitur dapur kombi aplikasi kombiku pada smartphone :

1. Unduh aplikasi kombiku melalui play store.
2. Buka aplikasi kombiku.



**Gambar 1.1**

Buka Aplikasi Kombiku

3. Login dengan memasukkan email, username atau nomor handphone yang akti



**Gambar 1.3**

Melengkapi Alamat Pengiriman

5. Setelah itu klik fitur dapur kombi dan lakukan pemesanan.

Hi nazhilla, Selamat Datang di Layanan dapurkombi

Kelebihan yang Kami tawarkan di Layanan dapurkombi belanja dengan waktu pengantaran yang lebih cepat dan efisien

Untuk Pemesanan Layanan ini, ikuti langkah berikut :

1. Set alamat pengantaran
2. Klik Pesan
3. Setelah mendapatkan driver klik Fitur Chat
4. Kirim catatan belanja anda pada Fitur Chat, atau kirim Foto catatan Belanjaan anda pada Fitur Chat, \*\*\*
5. Tunggu driver mengantar Belanjaan Dapur Kombi Anda \*\*

DISCLAIMER

\*\* Estimasi pemesanan dan pengantaran 15 - 30 menit (tergantung banyak pesanan)

\*\* Kekurangan item di luar dari List orderan pada saat pengantaran bukan tanggung jawab Driver

\*\*\* Mohon periksa kembali catatan belanjaan anda sebelum mengirimkan ke driver

- Harga per item di sesuaikan dengan harga pasar

### Gambar 1.4

Lakukan Pemesanan Pada Fitur Dapur Kombi.

Sama hal nya dengan aplikasi lainnya, Kombiku juga memiliki logo yang dapat dikenal oleh penggunanya. Berikut Logo Kombiku :



### Gambar 1.5

Logo Aplikasi Kombiku

#### 1.5.3 Tinjauan Sosiologis

Teori Pilihan Rasional James S. Coleman menawarkan pandangan mendalam tentang bagaimana keputusan individu dipengaruhi oleh kalkulasi rasional dari biaya dan manfaat, sambil memperhitungkan pengaruh struktur sosial dan norma-norma yang ada. Coleman mengembangkan teori ini dengan menekankan bahwa tindakan individu tidak hanya merupakan hasil dari



pertimbangan pribadi tetapi juga dipengaruhi oleh jaringan sosial, norma kelompok, dan konteks sosial yang lebih luas. Misalnya, keputusan seseorang untuk menggunakan fitur belanja online dalam memenuhi kebutuhan dapur, meskipun secara rasional mereka mungkin lebih memilih alternatif lain. Dengan demikian, Coleman menghubungkan tindakan individu dengan hasil sosial yang lebih besar, menggambarkan bagaimana keputusan yang diambil dalam konteks sosial berkontribusi pada pembentukan norma dan struktur sosial yang lebih kompleks. Teori ini memberikan wawasan penting dalam memahami bagaimana rasionalitas individu berinteraksi dengan konteks sosial untuk membentuk perilaku dan hasil sosial.

Teori Pilihan Rasional menurut James S. Coleman adalah pendekatan dalam ilmu sosial yang menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dengan mempertimbangkan pilihan yang rasional untuk memaksimalkan keuntungan pribadi mereka. Teori ini berasumsi bahwa individu bertindak berdasarkan analisis logis, di mana mereka mengevaluasi berbagai alternatif dengan mempertimbangkan manfaat dan biaya yang terkait dengan setiap pilihan. Coleman menganggap bahwa keputusan individu tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi pribadi tetapi juga oleh kondisi sosial dan struktur yang ada di sekeliling mereka. Dalam kerangka ini, individu mengumpulkan informasi, mempertimbangkan kemungkinan hasil, dan memilih opsi yang dianggap paling efisien untuk mencapai tujuan mereka. Dengan demikian, teori ini membantu menjelaskan bagaimana tindakan individu berkontribusi pada pembentukan

struktur sosial yang lebih besar dan bagaimana keputusan yang rasional dapat memengaruhi dinamika sosial.

#### **1.5.4 Penelitian Relevan**

Suatu penelitian membutuhkan suatu dukungan dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Hasil dari penelitian terdahulu dapat berfungsi sebagai bahan perbandingan serta acuan dalam pelaksanaan penelitian yang hendak dilaksanakan dan merupakan salah satu aspek yang turut mempengaruhi maupun menunjang penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menghubungkan hal-hal yang berkaitan dengan topik penelitian tentang belanja online dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan diantaranya :


Penelitian yang dilakukan oleh Nadhifa Putri Amelia, 1710821001, Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, 2022, Judul: “Perilaku Konsumen dalam Memenuhi Kebutuhan melalui Belanja Online (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan cara purposive sampling, yaitu informan ditentukan secara sengaja sebagai informan kunci dengan anggapan bahwa informan tersebut dapat memberikan keterangan atau data mengenai masalah penelitian. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu motivasi yang dimiliki ibu rumah tangga dalam belanja online adalah kebutuhan rumah tangga yang banyak, tetapi tidak didukung oleh penerimaan rumah tangga. Konsumen mencari solusi dengan belanja online karena harga yang ditawarkan toko online lebih murah dibandingkan harga yang

ditawarkan pasar tradisional. Motivasi konsumen ini juga dipengaruhi oleh budaya yang dimiliki.

Penelitian relevan yang kedua yaitu penelitian dari Ibtisama Ariqah (2021). Jurusan Antropologi Sosial. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Andalas. Padang. 2022. Judul “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Ibu-Ibu (Studi Kasus Enam Ibu Rumah Tangga di RT 02 RW 011 Kelurahan Harjamukti, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok)”. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan studi naratif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan enam ibu rumah tangga sebagai informan pelaku dan lima informan pengamat. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan ibu rumah tangga pada saat pandemi covid-19 dalam pemanfaatannya menghasilkan beberapa dampak yang terbagi dua menjadi positif dan negatif. Dampak positif yang diantaranya sebagai Aktivitas bisnis, sebagai Sarana afirmasi dan motivasi dan juga sebagai media Hiburan dan edukasi dan termasuk hal yang efisien serta praktis. Dalam hal negatif sendiri memperlihatkan bahwa dampak negatif yaitu Berkurangnya hubungan dan aktivitas sosial secara langsung dan Menyebabkan lupa waktu dan berpengaruh pada hubungan keluarga.

Penelitian relevan yang ketiga yaitu dari Mario Tamba (2023) dengan judul penelitian Analisis Kualitas Layanan Aplikasi Belanja – Belanja *Online* Kota Jambi Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode *E-Servqual*.

menggunakan metode E-Servqual. Menggunakan 3 variabel yaitu Efficiency, System Availability, Responsiveness. Dalam menentukan sampel ini, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan jumlah responden yang diambil sebanyak 100 responden, kemudian untuk pengolahan datanya menggunakan SPSS versi 25,0 hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat 2 hipotesis yang diterima dan 1 hipotesis yang di tolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada aplikasi Belanjo cukup baik.



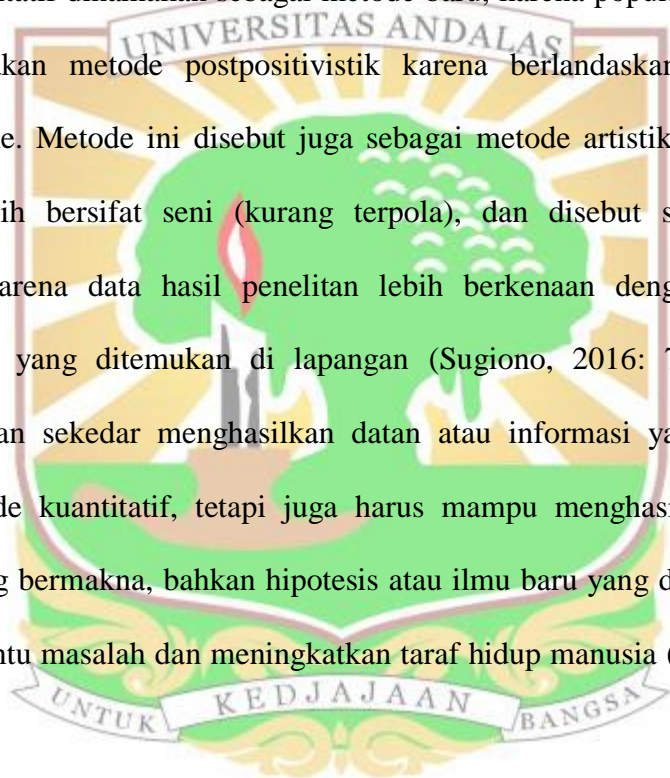
Penelitian relevan yang keempat atau terakhir yaitu dari Ratih Eka Fahriza, 1810812032. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. Judul Skripsi : Motivasi Pengguna Aplikasi Lokal (Delifoody) di Kecamatan Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Fenomenologi dari Alfred Schutz yang mencakup Because of Motive dan In Order to Motive. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deksriptif. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan informan. Untuk mendapatkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam kepada 14 informan yang terdiri dari 8 informan pelaku yang menggunakan aplikasi lokal (Delifoody) dan 6 informan pengamat.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah pendekatan penelitian kualitatif. Secara umum, pendekatan penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya,

penggunaan penelitian kualitatif dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Menurut Afrizal (2016:13) metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiono, 2016: 7-8). Penelitian kualitatif bukan sekedar menghasilkan data atau informasi yang sulit dicari melalui metode kuantitatif, tetapi juga harus mampu menghasilkan informasi yang bermakna, bahkan hipotesis atau ilmu baru yang dapat digunakan untuk membantu masalah dan meningkatkan taraf hidup manusia (Sugiono, 2016: 20).



Peneliti memilih pendekatan penelitian kualitatif karena penelitian kualitatif dapat membantu ketersediaan deskripsi yang kaya atas fenomena. Penelitian kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran atau penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Menurut Afrizal

(2016; 17) pendekatan kualitatif digunakan karena dianggap lebih mampu untuk menemukan definisi situasi, dan gejala sosial dari subjek, motif-motif, subjek perasaan dan emosi yang sedang diamati.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang terjadi sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif menjelaskan mengenai alasan dan kendala konsumen menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku.

### **1.6.2 Informan Penelitian**

Untuk mendapatkan informasi-informasi penting seputar penelitian, maka peneliti memerlukan informan dalam penelitian ini. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam (Afrizal, 2016:139). Informan adalah orang yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian, karena itu informan adalah orang yang sangat paham dengan situasi dan kondisi penelitian dan menguasai semua permasalahan penelitian (Moleong, 2005:90).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan key informan sebagai cara dalam menentukan informan. Menurut Moleong (2005) key informan adalah mereka yang tidak hanya bisa memberi keterangan tentang sesuatu kepada

peneliti, tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan. Dalam menentukan key informan, penulis memiliki syarat yang harus dipenuhi oleh seorang key informan yaitu driver kombiku yang pernah mengambil orderan dari fitur dapur kombiku. Maka key informan yang dipilih harus mengerti, memahami dan bisa menjelaskan siapa konsumen yang menggunakan fitur dapur kombiku pada aplikasi kombiku.

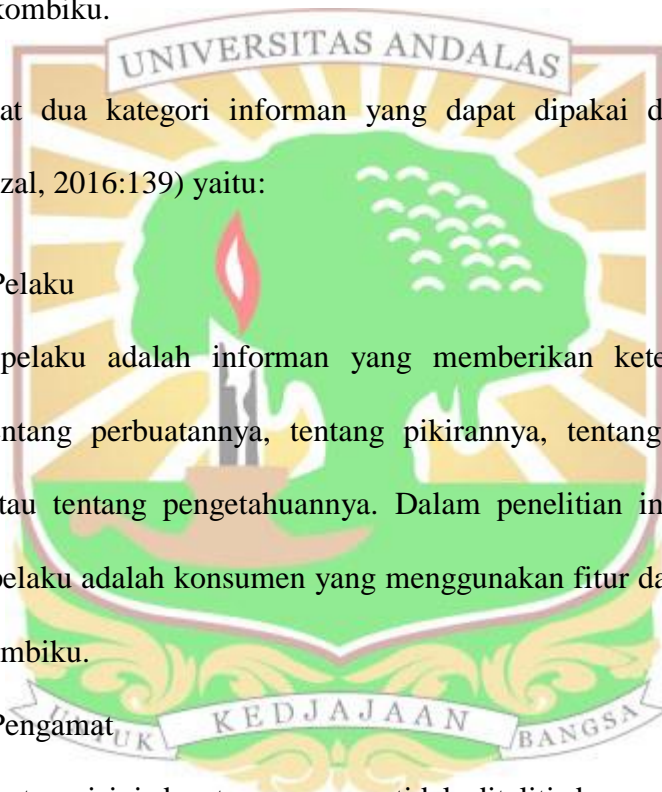
Terdapat dua kategori informan yang dapat dipakai dalam penelitian kualitatif (Afrizal, 2016:139) yaitu:

1. Informan Pelaku

Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (makna) atau tentang pengetahuannya. Dalam penelitian ini yang menjadi informan pelaku adalah konsumen yang menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku.

2. Informan Pengamat

Informan kategori ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau pelaku kejadian yang diteliti. Mereka dapat disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Dalam penelitian ini, yang akan menjadi informan pengamat yaitu pemilik, admin dan dirver kombiku.



Peneliti telah menetapkan kriteria untuk informan agar penelitian tetap berfokus pada bidang kajian penelitian. Penetapan kriteria informan tersebut antara lain :

1. Pengguna aplikasi lokal kombiku yang berada di Kota Padang Panjang.
2. Pengguna yang melakukan pemesanan makanan minimal 2 kali dalam sebulan. Adapun pengguna yang dimaksud iyalah :
  - a. Ibu Rumah Tangga ( yang tidak bekerja )
  - b. Karyawan
  - c. Remaja
3. Pemilik dan admin aplikasi kombiku.
4. Driver yang mengetahui pengguna yang sering memesan bahan dapur menggunakan fitur dapur aplikasi kombiku.

Penelitian ini menggunakan kriteria yang spesifik dalam pemilihan informan untuk memastikan fokus dan relevansi data yang dikumpulkan. Kriteria utama meliputi pengguna aktif aplikasi Kombiku di Kota Padang Panjang yang melakukan pemesanan minimal dua kali sebulan, serta pihak-pihak kunci dalam operasional Kombiku seperti pemilik, admin, dan driver. Pemilihan kriteria ini bertujuan untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif dari berbagai sudut pandang, mulai dari pengguna langsung hingga penyedia layanan, sehingga dapat memberikan gambaran holistik tentang penggunaan fitur dapur kombi pada aplikasi Kombiku.



Setelah peneliti melakukan pencarian informan yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, peneliti mendapatkan informan sesuai dengan tabel berikut :

**Tabel 1.4**  
**Informan Penelitian**

No.	Nama	Umur	Pekerjaan	Kategori informan
1.	Maitis	54 tahun	IRT	Pelaku
2.	Eza Rusyiana	54 tahun	IRT	Pelaku
3.	Yurnengtis Neneng	53 Tahun	Perangkat lurah	Pelaku
4.	Santi Ruswita	44 tahun	Guru	Pelaku
5.	Genny Alviona	24 tahun	Mahasiswa	Pelaku
6.	Arda Ardella	24 tahun	Shopkeeper	Pelaku
7.	Dodi Abrar	50 tahun	Pemilik	Pengamat
8.	Hengki	33 tahun	Admin	Pengamat
9.	Rio Kurniawan	39 tahun	Driver	Pengamat
10.	Muhammad Alqadri	28 tahun	Driver	Pengamat
11.	Zeande Haris	43 tahun	Driver	Pengamat

*Sumber : Data Primer 2024*

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti berhasil mengidentifikasi 11 informan yang terdiri dari enam informan pelaku dan lima informan pengamat. Informan pelaku mencakup berbagai latar belakang, termasuk ibu rumah tangga, perangkat lurah, guru, mahasiswa, dan shopkeeper, dengan rentang usia antara 24 hingga 54 tahun. Sementara itu, informan pengamat terdiri dari pemilik dan admin Kombiku, serta tiga orang driver yang memiliki pengetahuan mendalam tentang pola pemesanan konsumen. Keragaman latar belakang dan peran informan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang kaya dan beragam tentang perilaku konsumen dalam menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi Kombiku di Kota Padang Panjang.

### 1.6.3. Data yang Diambil

Data dalam penelitian kualitatif umumnya berupa kata-kata (tertulis maupun lisan) dan perbuatan manusia, tanpa ada upaya untuk mengangkatkan data yang telah diperoleh (Afrizal, 2016:17).

Menurut Sugiyono (2017:104) terdapat dua sumber data yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari informan di lapangan. Seperti hasil wawancara yang telah dilakukan dalam penelitian yang berdasarkan tujuan dan rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini data yang diambil seperti data-data mengenai

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diberikan secara tidak langsung kepada peneliti pengumpul data. Misalnya, lewat dari orang lain atau berupa dokumen. Data sekunder juga dapat diperoleh dari pihak lain seperti koran, majalah, jurnal serta publikasi pihak lain.

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan wawancara mendalam. Dengan tujuan untuk memperoleh data dan menjawab masalah dalam penelitian. Peneliti menganalisis kata-kata yang menyatakan alasan-alasan atau interpretasi atau makna-makna dan kejadian serta perbuatan yang dilakukan oleh informan yang bersangkutan, peneliti

menggunakan metode kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara mendalam.

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah. Wawancara adalah suatu cara untuk mengetahui situasi tertentu di dalam kelas dilihat dari sudut pandang yang lain. Teknik wawancara mendalam menurut Lexy J. Moleong adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali informasi yang mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan perasaan individu terkait suatu fenomena. Dalam teknik ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan partisipan, menggunakan pertanyaan terbuka yang dirancang untuk mengeksplorasi topik secara menyeluruh. Ciri-ciri utama dari wawancara mendalam menurut Moleong meliputi fleksibilitas, wawancara bersifat fleksibel dan adaptif, memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi topik yang muncul selama percakapan, kedalaman informasi, fokus pada pemahaman yang mendalam dan rinci mengenai perspektif partisipan, bukan hanya data permukaan. Dan interaksi personal, mengutamakan interaksi yang dekat antara peneliti dan partisipan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung keterbukaan.

Metode ini cocok untuk memperoleh wawasan mendalam tentang fenomena sosial dan psikologis yang kompleks, meskipun memerlukan waktu dan sumber daya yang lebih banyak dibandingkan metode kuantitatif. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai pemilik aplikasi kombiku, admin kombiku, driver kombiku serta konsumen yang menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi

kombiku. Tentunya peneliti akan meminta persetujuan kepada informan terlebih dahulu dalam meluangkan waktu untuk melakukan wawancara.

### **1.6.5 Proses Penelitian**

Dari bulan september penulis sudah mulai mendiskusikan beberapa topik permasalahan dengan penasehat akademis penulis. Setelah mulai menulis dan mengerjakan perbaikan, pada tanggal 6 november 2023 penulis menyerahkan tor ( Term Of Reference ) untuk dirapatkan oleh pihak jurusan. Akhirnya pada bulan november 2023 keluarlah SK pembimbing penulis. Setelah itu, penulis langsung diskusi dengan pembimbing untuk melanjutkan penelitian ini ketahap proposal. Disini penulis melakukan observasi awal yang berkaitan dengan penelitian ini, hingga akhirnya pada bulan februari 2024 proposal yang dibuat berhasil diseminarkan.

Setelah seminar proposal, penulis langsung memberikan matriks kritik dan saran perubahan yang diberi oleh dosen penguji saat ujian seminar proposal kepada dosen pembimbing. Pada akhir bulan maret penulis langsung mendiskusikan mengenai pedoman wawancara yang digunakan untuk menggali data dan informasi. Pada bulan juni penulis mulai turun lapangan dengan mewawancarai para informan penulis secara mendalam. Wawancara dilaksanakan dengan tidak terstruktur dan bebas.

Selama proses penelitian yang berlangsung penulis sangat bersyukur karena banyak diberi dan kemudahan oleh para informan yang sangat ramah dan terbuka. Ketika melakukan wawancara dengan informan, penulis melakukan

dokumentasi atau pengambilan gambar/foto bersama informan. Rentang waktu untuk mendapatkan semua informasi ini ialah dari 18 juni – 6 juli 2024.

Pada bulan juni, penulis langsung mendatangi kantor kombiku yang bertepat di Pasar Usang, sebelum itu penulis sudah membuat janji dengan pendiri kombi via whatsapp. Kedatangan penulis disambut dengan baik dan ramah oleh informan. Selama proses wawancara berlangsung informan pengamat memberikan informasi yang lengkap mengenai kombiku kepada penulis. Besok harinya penulis mendatangi tempat berkumpulnya driver kombiku, sebelum itu penulis sudah membuat janji terlebih dahulu karena takut mengganggu driver dalam mengambil dan melaksanakan orderannya jadi kebanyakan wawancara dengan driver kombiku itu pada malam hari. Informan pengamat sangat terampil dalam memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh penulis, tak lupa pula penulis meminta informasi kepada driver terkait siapa saja konsumen yang sering menggunakan fitur dapur kombi pada notif yang masuk di mereka dan informan pun mengenalkan penulis dan memberikan nomor handphone konsumen kepada penulis atas persetujuan konsumen. Setelah berhasil mendapatkan data informan pengamat dari driver sebagai informan kunci, penulis pun mulai menghubungi konsumen satu persatu dan membuat janji. Konsumen yang menggunakan fitur dapur kombi ini terbagi menjadi tiga yaitu ibu rumah tangga, remaja, dan karyawan. Sedikit kendala yang dialami oleh penulis yaitu waktu wawancara dengan satu informan dengan satu informan tidak berjarak jauh, jadi setelah melaksanakan wawancara dengan informan 1 penulis pun langsung mengunjungi informan 2 untuk melaksanakan wawancara begitupun seterusnya.

Tapi hal ini tidak membuat penulis malas, penulis makin semangat untuk menyelesaikan tanggung jawab nya ini.

Setiap penulis melaksanakan wawancara dengan informan, penulis langsung membuat transkrip wawancara, hal ini berguna untuk meringankan tugas penulis dan tidak mengulur-ulur waktu. Pada awal bulan Juli setibanya penulis di Padang, penulis langsung konsultasi dan meyerahkan transkrip wawancara kepada pembimbing. Lalu pembimbing pun mengarahkan untuk melanjutkan dan menulis hasil temuan pada bab 3. Selama bulan juli itu penulis aktif melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing. Akhirnya, pada bulan Agustus skripsi penulis disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

#### **1.6.6 Unit Analisis**

Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan fenomena penelitian. Unit analisis dapat berupa individu, masyarakat dan lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara dan komunitas). Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah individu dengan kriteria yang telah ditentukan konsumen ( ibu rumah tangga, karyawan dan remaja ) yang menggunakan fitur dapur kombi pada aplikasi kombiku.

#### **1.6.7 Analisis Data**

Analisis data penelitian kualitatif didefenisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterkaitan antara bagian-

bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi. Aktivitas-aktivitas seorang peneliti dalam menganalisis data dalam penelitian kualitatif, dengan demikian, adalah menentukan data penting, menginterpretasikan, mengelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu dan mencari hubungan antara kelompok-kelompok.

Menurut Miles dan Hubberman dalam (Afrizal, 2016;178) analisa data pada penelitian kualitatif terdapat tiga tahap yaitu: kodifikasi data, penyajian data, dan verifikasi data. Pada penelitian ini digunakan analisis data dengan konsep dari Miles dan Hubberman:

#### 1. Kodifikasi Data

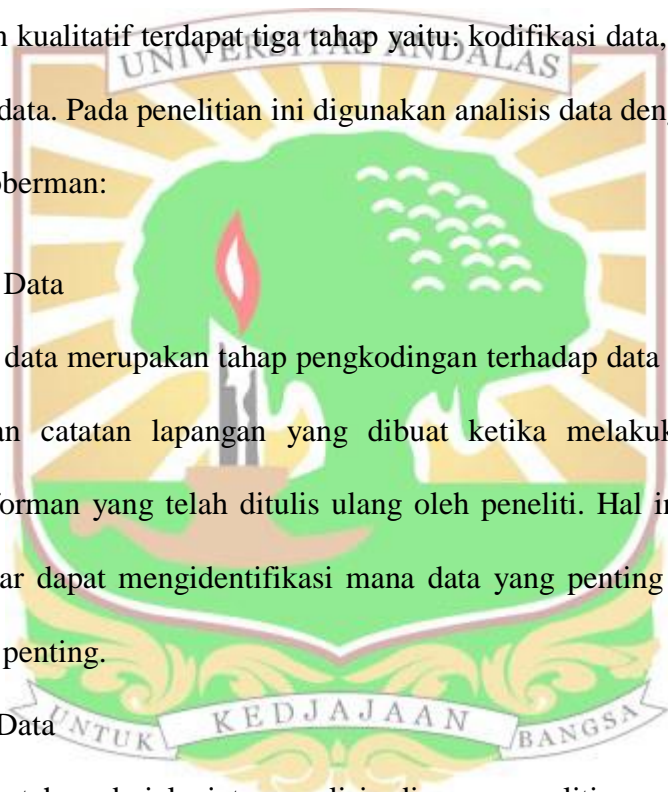
Kodifikasi data merupakan tahap pengkodean terhadap data yang dihasilkan dari catatan lapangan yang dibuat ketika melakukan wawancara kepada informan yang telah ditulis ulang oleh peneliti. Hal ini berguna bagi peneliti agar dapat mengidentifikasi mana data yang penting dan mana data yang tidak penting.

#### 2. Penyajian Data

Merupakan tahap dari lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan menggunakan matrix dan diagram dalam menyajikan hasil penelitian karena dianggap lebih efektif

#### 3. Verifikasi Data

Verifikasi atau tahap penarikan kesimpulan merupakan suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini



adalah interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan (Afrizal, 2016:178-180). Analisis terhadap data-data ini dilakukan secara bertahap dan terus menerus hingga didapatkan hasil penelitian yang dimaksud.

#### **1.6.8 Definisi Operasional Konsep**

##### **1. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah perilaku mencari, membeli, mengevaluasi, menggunakan, dan membelanjakan produk dan jasa yang diharapkan konsumen dapat memenuhi kebutuhannya. Tindakan ini melibatkan studi tunggal pembelian dan pertukaran, termasuk barang dan jasa, pengalaman, perolehan ide, konsumsi, dan produksi.

##### **2. Kombiku**

Kombiku merupakan e-commerce lokal yang menyediakan banyak fitur di dalamnya antara lain yaitu Kombiku Ride, Kombiku Car, Kombiku Send, Kombiku Food, Kombiku Shop, Apotek Kombiku dan Dapur Kombiku. Pengguna aktif Kombiku dari September 2020 hingga saat ini yaitu 22.100 dan driver aktif sebanyak 205 Orang. Dapur Kombi adalah fitur yang digemari oleh ibu rumah tangga dari awal berdiri hingga saat ini. Pendiri Kombiku mengungkapkan dalam sehari pengguna fitur Dapur Kombiku minimal yaitu 10 orderan setiap harinya.



### 1.6.9 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian bisa diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2016:128). Lokasi penelitian yang diteliti adalah di Kota Padang Panjang. Lokasi ini terletak diantara Kota Padang dengan Kota Bukittinggi. Kota ini memiliki jarak sekitar 76,6 km dari Kota Padang serta memiliki jarak sekitar 20,3 km dari Kota Bukittinggi.

### 1.6.10 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, mulai dari bulan Mei hingga bulan agustus 2024. Untuk penjelasan selanjutnya jadwal penelitian sesuai dengan tabel di bawah ini



**Tabel 1.5**  
**Jadwal Penelitian**

No	Nama Kegiatan	2024			
		Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Penyusunan Instrumen Penelitian				
2.	Pengumpulan Data				
3.	Analisis Data				
4.	Penyusunan Laporan dan Bimbingan				
5.	Ujian Skripsi				

