



UNIVERSITAS ANDALAS

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM BERBELANJA *ONLINE* DI
E-COMMERCE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI SUMATERA
BARAT**

SKRIPSI

PERNANDA PRATIWI PUTRI

1610511011

DOSEN PEMBIMBING : RINI RAHMAHDIAN S, SE, MSE

UNTUK

KEDJAJAAN

BANGSA

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN ILMU EKONOMI

PADANG

2020

Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja *Online* di *E-Commerce* Pada Masa Pandemi Covid-19 di Sumatera Barat

Oleh

Pernanda Pratiwi Putri

1610511011

UNIVERSITAS ANDALAS

Diajukan ke Jurusan Ilmu Ekonomi

Pada tanggal 12 November 2020 untuk memenuhi
sebahagian syarat dalam mencapai derajat

Sarjana Ekonomi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jenis kelamin responden, umur responden, barang yang dibeli, media elektronik yang digunakan, media sosial yang digunakan dan metode pembayaran yang digunakan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja online di e-commerce pada masa pandemi covid-19 di Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan kualitatif yang didapat dari observasi. Jenis data pada penelitian ini berupa data primer yang bersumber dari penyebaran kuesioner online pada rumah tangga konsumsi di Sumatera Barat dengan jumlah responden sebanyak 183 responden. Metode analisis menggunakan analisis distribusi frekuensi dan tabulasi silang (*crosstabs*) yang menggunakan program analisis SPSS 16. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel jenis kelamin responden, umur responden, barang yang dibeli responden, media elektronik yang digunakan responden, media sosial yang digunakan responden dan metode pembayaran secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja online di e-commerce pada masa pandemi covid-19 di Sumatera Barat. Variabel jenis kelamin responden, umur responden, media elektronik, media sosial dan metode pembayaran yang dilakukan responden berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja online di e-commerce pada masa pandemi covid-19 di Sumatera Barat. Sedangkan variabel barang yang dibeli responden tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja online di e-commerce pada masa pandemi covid-19 di Sumatera Barat.

Kata kunci : ecommerce, preferensi konsumen, berbelanja online

Pembimbing Skripsi : Rini Rahmahdian S, SE, MSE