

Bab III

Metode Penelitian

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan menganalisis, menemukan, menjelaskan, dan mendeskripsikan kualitas dari pengaruh sosial yang tidak dapat diukur, dijelaskan, atau digambarkan melalui pendekatan secara kuantitatif (Saryono, 2010). Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *post positivism* yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) di mana peneliti tersebut sebagai instrumen utama, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara *snowball* dan *purposive*, data dikumpulkan dengan teknik pengumpulan triangulasi, analisa data bersifat kualitatif atau induktif, dan hasil penelitian secara kualitatif lebih menekankan makna secara generalisasi (Sugiyono, 2011). Pada asalnya penelitian kualitatif bersumber dari pengamatan kualitatif yang dipertentangkan terhadap pengamatan kuantitatif, dengan mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung terhadap pengamatan pada manusia dalam hubungan dan kaitannya sendiri dengan orang-orang tersebut dalam peristilahan dan bahasanya (Krik & Miller, 1988).

Tujuan dari penelitian ini menganalisa potensi usaha feysen online yang dikarenakan oleh pandemi COVID-19 perubahan perilaku konsumen berubah dari cara berbelanja secara *offline* menjadi *online* dan kepuasan konsumen dalam berbelanja *online*. Untuk menjawab persoalan tersebut, akan digunakan penelitian dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data akan dilakukan melalui wawancara dua pihak yaitu pelaku usaha dan konsumen. Observasi dilakukan dengan mengamati perubahan perilaku dan kepuasan konsumen dalam berbelanja secara *online*.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang meneliti status

suatu sistem pemikiran, suatu kondisi, suatu obyek, sekelompok manusia ataupun suatu kelas peristiwa pada waktu sekarang (Creswell, 2002). Tujuan dari penelitian deskriptif ini merupakan untuk membuat gambaran, deskripsi, atau lukisan secara faktual, sistematis, dan akurat mengenai fakta-fakta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode deskriptif merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk membuat suatu simpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2005).

3.3 Unit Amatan dan Unit Analisis

Pada penelitian ini unit amatan merupakan sesuatu yang dijadikan sumber untuk memperoleh data dalam rangka menjelaskan atau menggambarkan tentang satuan analisis, sedangkan unit analisis adalah hakekat dari populasi yang tentangnya hasil penelitian akan berlaku (Ihalauw Rani & Wiloso, 2013). Dalam penelitian ini unit amatannya adalah perubahan perilaku konsumen selama masa pandemi COVID-19 berlangsung, sedangkan untuk unit analisis dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam mengonsumsi produk fesyen selama masa pandemi.

3.4 Subjek dan Objek Riset Penelitian

Pengertian subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembubutan sebagai sasaran, adapun yang dimaksud objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Taufik, Noor, dan Agung, 2011). Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah pihak e-commerce. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang menyebabkan perubahan perilaku berbelanja masyarakat dalam mengonsumsi produk fesyen selama masa sebelum pandemi COVID-19. Dimensi pengukuran dalam penelitian ini berupa faktor-faktor yang memungkinkan dapat memengaruhi perubahan pola perilaku berbelanja konsumen dalam berbelanja produk fesyen *online*, dibagi menjadi dua bagian yaitu; internal (persepsi masyarakat, motivasi membeli, gaya hidup pribadi, hobi) dan eksternal (tren, pengaruh budaya lingkungan sekitar, status sosial, demografis, dan harga barang) (Gunawan, 2013).

Variabel pada penelitian ini terdiri dari;

1. Pihak konsumen

Pihak konsumen adalah seseorang yang rutin berbelanja produk fesyen secara *online* pada masa pandemi COVID-19. Data dapat diperoleh melalui pengguna *platform e-commerce* (Shopee).

2. Pihak pelaku usaha

Pihak pelaku usaha adalah seseorang yang menjual produk fesyen secara *online* di *platform e-commerce*. Data dapat diperoleh melalui pemilik usaha fesyen *online* di *e-commerce* (Shopee).

3. *E-commerce*

Pihak *e-commerce* adalah seseorang yang bekerja di perusahaan *platform e-commerce*. Data dapat diperoleh melalui pegawai perusahaan *e-commerce* (Shopee).

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu tahapan yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data yang baik dan benar akan menghasilkan data yang memiliki bermanfaat dan berkredibilitas tinggi untuk penelitian. Oleh sebab itu, tahap ini tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan baik sesuai prosedur yang tepat. Sebab, kesalahan atau tidak sempurna dalam metode pengumpulan data akan berakibat fatal, berupa data yang tidak kredibel, sehingga hasil penelitiannya tidak bisa dipertanggungjawabkan. Hasil penelitian demikian sangat berbahaya, apabila digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk mengambil keputusan oleh masyarakat secara publik (Rahardjo M, 2011).

Dalam data penelitian ini diperoleh melalui 2 sumber, yaitu data primer yang berasal dari hasil penelitian langsung ke lapangan dan data sekunder yang didapatkan melalui penelitian literatur-literatur yang relevan dengan variabel penelitian yang dikerjakan. Untuk mendapat informasi yang tepat mengenai data primer dan data sekunder yang dibutuhkan guna membantu kegiatan penelitian agar lebih relevan melalui metode-metode berikut:

1. Penelitian Lapangan

Tujuan utama dari penelitian lapangan ini adalah untuk mengumpulkan data-data informasi primer yang akan dilaksanakan melalui metode berikut:

A. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara urut yang mengandung unsur-unsur yang muncul dalam fenomena dalam penelitian. Hasil pengamatan akan disusun secara sistematis. Data akan dikumpulkan dengan melakukan observasi dengan mengamati interaksi antara pelaku usaha dengan perubahan perilaku konsumen dan upaya pelaku usaha dalam beradaptasi.

B. Wawancara

Teknik wawancara akan dilakukan secara *online*. Kegiatan wawancara secara *online* akan diajukan kepada orang-orang yang dapat dijangkau melalui WhatsApp. Pihak-pihak yang akan diwawancara secara online adalah pihak-pihak masyarakat dari generasi Z dan milenial yang sangat terbuka dengan kemajuan teknologi dan dikenal lebih konsumtif dalam mengonsumsi produk atau jasa. Pertanyaan yang diajukan untuk semua pihak yaitu pihak konsumen untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen yang ada pada saat pandemi COVID-19, pelaku usaha untuk mengetahui potensi usaha fesyen online, e-commerce untuk melihat potensi dari usaha online di e-commerce, masyarakat umum untuk mengetahui perubahan perilaku belanja dari offline menuju online pada saat pandemi COVID-19.

C. Studi Literatur

Studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan sejumlah buku, majalah, atau referensi lainnya yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan tujuan dan masalah penelitian (Danial dan Warisah, 2009). Pada penelitian ini data yang telah dikumpulkan akan dibandingkan dan diuji dengan penelitian sebelumnya.

3.6 Sampling Design (Narasumber)

Peserta dalam penelitian ini akan dipilih berdasarkan *non-probability* sampling di mana teknik ini tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik *non-probability* ini meliputi 5 bagian, yaitu:

1. Sampel Kuota (*Convenience Sampling*)

Kemudahan dalam mendapatkan sampel. Teknik ini akan digunakan sebagai langkah pertama untuk mendapatkan data di awal penelitian karena mudah, murah, dan cepat. Teknik menentukan sampel yang mengutamakan kenyamanan dan kemudahan.

2. Sampel Insidental (*Accidental Sampling*)

Sampel Insidental adalah teknik penentuan sampel yang didasarkan secara kebetulan, yaitu siapa pun yang secara insidental atau kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, hal ini berlaku apabila pandangan orang yang kebetulan ditemui tersebut sesuai atau cocok sebagai sumber data.

3. Sampel *Purposive* (*Purposive Sampling*)

Sampel *Purposive* adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Sebagai Contoh, Sampel *Purposive* dapat dilakukan terhadap penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya merupakan orang yang ahli dalam makanan. Sampel ini lebih baik digunakan untuk penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak membuat generalisasi.

4. Sampel Jenuh (Sensus)

Sampel Jenuh adalah teknik penentuan sampel yang digunakan apabila semua anggota populasi digunakan untuk sampel. Hal ini biasa dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin melakukan generalisasi dengan kesalahan yang amat kecil.

5. Sampel Bola Baju (*Snowball Sampling*)

Layaknya efek dari bola salju yang dimulai dari bola kecil hingga besar, begitulah teknik *snowball sampling*. Mula-mula dimulai dari beberapa sampel saja dan kemudian meminta bantuan sampel tersebut untuk

mencarikan sampel lain yang cocok dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Pada penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah Sampel *Purposive* dengan wawancara berdasarkan pola perubahan perilaku konsumen dan potensi usaha fesyen *online* pada saat pandemi COVID-19.

3.7 Instrumen Penelitian

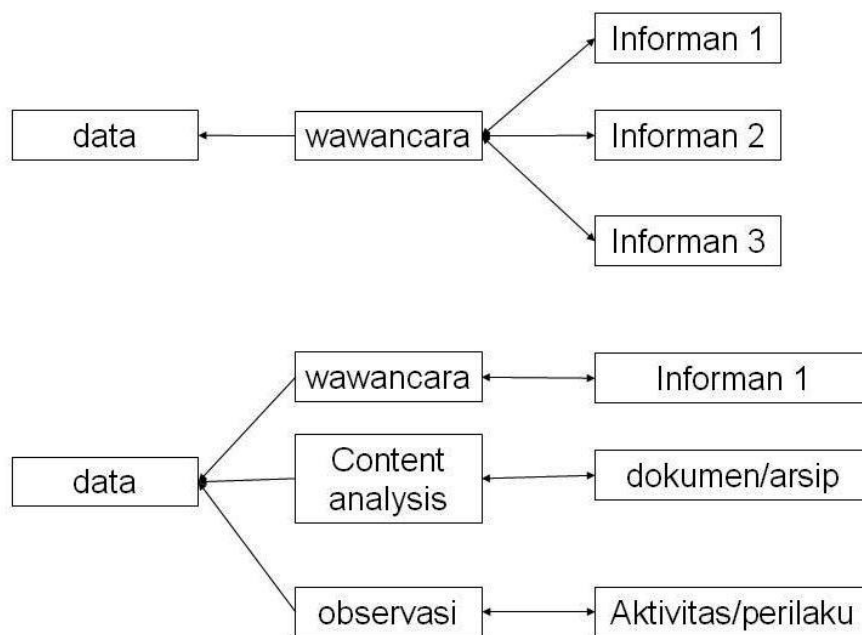
Menurut Suyanto (2010) variabel pada penelitian kualitatif bukan merupakan variabel yang dikodifikasikan dikarenakan data yang diperoleh tidak berbentuk angka melainkan *mutually exclusive*. Ditambah, variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang dilihat sebagai sesuatu yang didefinisikan oleh peneliti untuk dianalisis dengan tujuan memperoleh informasi tertentu yang dikemudian ditarik menjadi kesimpulan (Sugiyono, 2009). Variabel yang terlihat dalam penelitian ini adalah variabel independen. Variabel penelitian dipecah menjadi beberapa bagian atau indikator yang berfungsi sebagai petunjuk atau pedoman dalam pengumpulan data penelitian. Setelah ditemukan indikator maka dapat dibagi ke dalam bentuk-bentuk pertanyaan yang membantu peneliti dalam menggali informasi atau variabel penelitian. Berikut merupakan indikator, variabel, dan bentuk pertanyaan yang ada dalam penelitian ini :

Tabel III.1. Indikator dan Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Sub Variabel Penelitian	Indikator
1	Perubahan Perilaku Konsumen dari belanja <i>offline</i> menjadi <i>online</i> (TPB)	1. Sikap Konsumen 2. Pengaruh Sekitar 3. Persepsi Konsumen	1. Pengalaman belanja 2. Manfaat 3. Layanan 4. Kesesuaian 5. Rekomendasi 6. Kemudahan Berbelanja 7. Kemudahan Informasi 8. Ragam Produk 9. Kesesuaian 10. Ketepatan Waktu

			11. Kompensasi Kerugian 12. Motif dibalik transaksi
2	Potensi Usaha Fesyen Wanita di <i>E-Commerce</i>	1. Besar Pasar 2. Perkembangan Jumlah Pengguna 3. Reputasi <i>E-commerce</i>	1. Besar Transaksi Produk Fesyen 2. Jumlah pengguna aktif 3. Kepuasan pengguna aplikasi 4. Jangkauan Transaksi 5. Jaminan Keamanan dan Kerahasiaan

3.8 Keabsahan Data



Gambar III.1. Triangulasi pada penelitian Kualitatif

(Sumber : Sutopo, 2006)

Triangulasi digunakan untuk penelitian ini untuk menguji keakuratan dan keabsahan data dalam sebuah penelitian. Triangulasi adalah gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling

terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda (Norman K. Denkin dalam Mudjia Rahardjo, 2010). Berdasarkan definisi tersebut, triangulasi pada penelitian ini menggunakan:

1. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode observasi, survei, dan wawancara. Untuk mendapatkan kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode observasi atau pengamatan dan wawancara untuk membuktikan kebenarannya.

2. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data dilakukan untuk menggali kebenaran mengenai informasi tertentu dengan menggunakan berbagai metode dan sumber data yang diperoleh. Contohnya, selain melalui observasi dan wawancara, peneliti dapat menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), arsip, dokumen tertulis, catatan resmi, catatan pribadi, dokumen sejarah, dan foto atau gambar.

3.9 Teknik Analisis

Analisa data dilakukan dengan menganalisis data lapangan yang tepat dan nyata untuk mendapatkan data-data informasi yang diperlukan dalam kegiatan penelitian. Hasil analisa akan dikumpulkan dan dilakukan tahapan analisa yang mencakup beberapa hal berikut:

1. Transkripsi Data

Setelah data diperoleh menggunakan seluruh metode pengumpulan data, peneliti akan melanjutkan dengan memberikan label berupa kata-kata yang dituliskan berdasarkan data yang diperoleh, transkripsi data dari bentuk tulisan atau kalimat hasil wawancara dengan penyusunan transkrip wawancara lengkap dari wawancara asli.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilah dan merangkum hasil data yang telah diperoleh baik secara sekunder ataupun tersier untuk dijadikan poin-

poin utama yang akan dijadikan fokus bahasan topik dari penelitian yang dilakukan. Yang kemudian akan dilanjutkan dengan analisa-analisa yang lebih lanjut mengenai poin yang telah ditetapkan dan dibahas.

3. Pengkodean atau *coding*

Pengkodean dilakukan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Setelah melakukan reduksi data akan dibantu dengan pengkodean untuk membagi data menjadi beberapa aspek (Sugiyono, 2012).

Seluruh data yang telah dikumpulkan akan diberikan kode untuk mempermudah analisis data. Pengkodean data akan dibedakan berdasarkan jawaban numerik, jawaban pertanyaan tertutup, jawaban pertanyaan terbuka, jawaban pertanyaan gabungan. Tahapan ini disebut pengkodean awal (*initial coding*) atau dikenal juga dengan pengkodean terbuka (*open coding*)

4. Pengorganisasian Data

Setelah data diproses dalam tahap *open coding*, kemudian akan dibagi kembali menjadi kategori-kategori sesuai dengan fakta dan dihubungkan satu sama lain dengan pengkodean *axial coding*. Dengan tujuan pemadatan fakta agar dapat membantu peneliti dengan mudah memahami makna cerita subjek.

Tahap ini memiliki sejumlah kategori yaitu: (1) kondisi yang menjadi penyebab dari suatu gejala; (2) gejala itu sendiri; (3) konteks berupa waktu lokasi ataupun kondisi yang menjadi wadah dari terjadinya suatu kondisi atau aksi; (4) kondisi struktural yang mempersulit suatu konteks tertentu; (5) interaksi atau aksi sebagai strategi untuk mengatasi masalah; (6) konsekuensi yang diperoleh melalui hasil penyelenggaraan aksi atau interaksi.

5. Interpretasi Data

Interpretasi data adalah proses kategori fakta ke dalam suatu kategori inti atau tema yang dikenal juga dengan *selective coding*. Interpretasi terkadang dilakukan bersamaan dengan proses pemadatan data, namun sebaiknya interpretasi diproses terlebih dahulu dan dibuat dengan mengumpulkan fakta-fakta sejenis karena terkadang diputuskan untuk menentukan kode

interpretasi ketika kumpulan fakta berubah atau tidak sesuai setelah fakta dikumpulkan, sehingga dapat dilakukan interpretasi dari hasil reduksi fakta setelah dirangkai menjadi sekumpulan fakta yang serupa atau sejenis (Mahpur,2017).

6. Penyempurnaan Data

Penelitian kualitatif membutuhkan data yang mendalam dengan tujuan meningkatkan reputasi analisis dan semakin menunjukkan keistimewaan penelitian kepada para peneliti. Pada sektor ini para peneliti akan melengkapi dan mengeksplorasi data yang belum berhasil dikumpulkan dengan melakukan probing. Probing dilakukan dengan tujuan memperoleh data referensi silang audiens dengan tujuan agar fakta menjadi lebih kuat dan dalam sehingga data dianggap penuh dan kemudian peneliti dapat mengungkap lebih jauh (Mahpur & Si, n.d, 2017.).

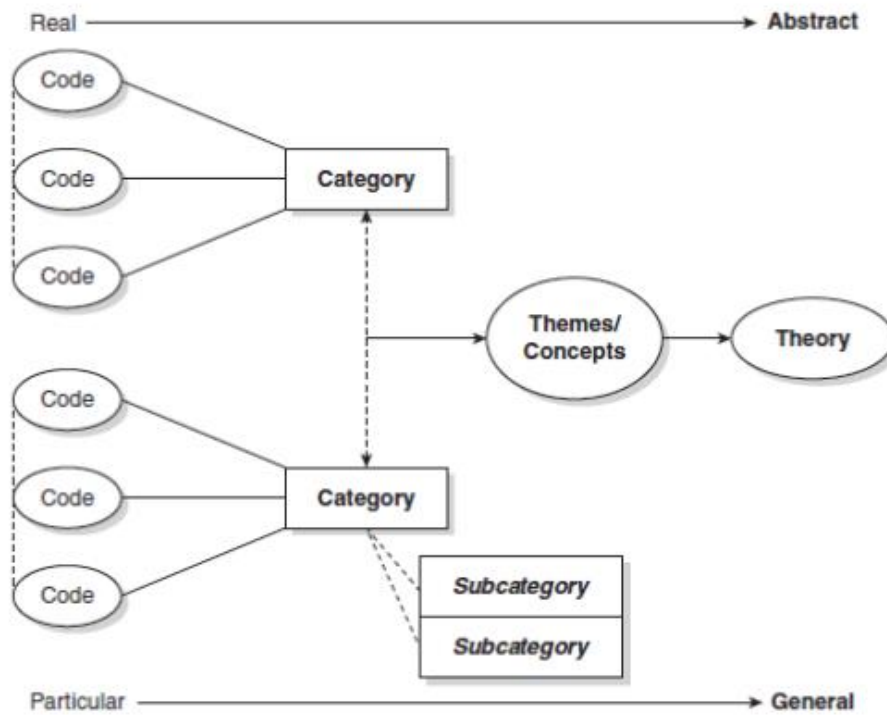
Menurut Mahpur (2017) setelah semua data diperoleh, dilakukan kembali proses pengumpulan data serupa dengan tujuan membantu peneliti dalam menentukan tema utama dengan mensistematisasikan klasifikasi. Dengan memperoleh data serupa, maka peneliti dapat membuktikan keabsahan data dan memperoleh data serupa kembali. Sehingga peneliti dapat memperoleh data yang dapat dikategorikan.

Apabila ditemukan situasi keterbatasan data dan data serupa dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian. Maka peneliti harus memperoleh informasi lebih jauh untuk mendalami fakta penelitian, dapat dilakukan wawancara dengan tujuan ekstraksi data tertentu. Lalu dari data tersebut, pembangunan teori dan kesimpulan klasifikasi mendeskripsikan urutan konstruktif dan pola logika induktif.

7. Penyajian Data

Dalam penyajian data perlu disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami, baik dalam bentuk grafik, tabel, diagram, hingga teks. Selain itu, diharuskan dalam penyajian data ini untuk menyusun setiap data dengan rapi dan tersusun mengikuti struktur alur yang sudah ditentukan agar memudahkan analisa dalam menarik kesimpulan dari penelitian.

Menurut Mahpur (2017), kumpulan fakta sejenis dan kesimpulan interpretasi dapat disimpulkan untuk kategorisasi, atau sebagai kesimpulan analitik yang dapat diperoleh setelah peneliti meninjau serangkaian fakta dan keterkaitan antara fakta yang diwakili oleh kode interpretasi yang menyerupai variasi fakta serupa. Apabila fakta terlalu luas atau mendalam, maka peneliti dapat membuat sejumlah sub-kategori agar pada akhirnya peneliti dapat memperoleh suatu teori baru dari kumpulan data-data penelitian tersebut.



Gambar III.2 Jalur Model Pengkodean Menuju Pembangunan Teori Untuk Proses inkuiri Kualitatif

(Sumber: Saldana,2009)

Metode ini menunjukkan alur analisis induktif yang diperoleh data proses pengumpulan data narasumber sehingga dapat diklasifikasikan oleh peneliti dalam penarikan kesimpulan dari situasi yang sebenarnya yang kemudian dikembangkan menjadi interpretasi abstrak. Himpunan fakta serupa merupakan deskripsi pengkodean khusus yang digunakan untuk

mengembangkan data ke pengembangan kesimpulan umum dalam semua kegiatan untuk memperoleh teori yang konstruktif.

Setelah semua data dan kategorisasi selesai dikumpulkan, peneliti dapat menarasikan semua fakta dari kumpulan kategorisasi menjadi satu kesatuan konsep atau tema yang dapat dijadikan sebagai hasil penelitian atau analisis penelitian yang disajikan dengan tematik sehingga pada akhirnya dapat membentuk rantai teori.

8. Penarik Kesimpulan

Mengumpulkan semua data yang ada untuk memenuhi tujuan dari penelitian yang dilakukan, kemudian dijadikan sebuah narasi yang singkat, jelas, dan mencakup seluruh isi dari penelitian. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan-temuan baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya, atau berupa pembuktian nyata mengenai objek yang sebelumnya belum jelas.

3.10 Panduan Wawancara

Proses dari wawancara akan dibagi menjadi empat yaitu persiapan, penghantar, wawancara, dan penutup atau kesimpulan. Persiapan dimulai dengan peneliti menghubungi calon narasumber untuk menanyakan kesediaannya untuk diwawancarai. Jika calon narasumber bersedia, maka wawancara dapat dilakukan dengan waktu yang diinginkan narasumber. Wawancara akan dilakukan secara *online* melalui media *Whatsapp*.

Wawancara diawali dengan peneliti memberikan salam dan ucapan terima kasih atas kesediaannya, kemudian dilanjutkan dengan perkenalan diri dengan menyebutkan nama, usia, dan domisili. Peneliti akan memberikan informasi bahwa proses wawancara akan direkam dan dapat menjamin kerahasiaan hasil wawancara dan hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian.

Setelah semua pertanyaan diberikan kepada narasumber, peneliti akan membuat rangkuman dari hasil wawancara, dan mengucapkan terima kasih atas waktu dan informasi dari narasumber.

Daftar pertanyaan untuk Pelaku Usaha Zaza_Fashion Shopee (1 Narasumber)

A. Data Pelaku Usaha :

1. Nama penjual ?
2. Domisili?
3. Nama toko *onlineshop* ?
4. Jabatan di toko *onlineshop* ?

B. Pertanyaan untuk pelaku usaha

1. Bagaimana pandemi COVID-19 memberikan dampak pada bisnis bapak?
2. Bagaimana pendapat bapak mengenai potensi usaha fesyen *online* yang terlihat pada saat pandemi COVID-19?
3. Bagaimana performa toko anda sebelum dan sesudah pandemi COVID-19?
4. Bagaimana upaya bapak untuk meningkatkan performa toko saat ini?
5. Bagaimana upaya bapak dalam mempertahankan pelanggan setia toko?
6. Pengaruh apa yang pelanggan setia berikan untuk toko anda?
7. Apabila dilihat dari data dimana terdapat peningkatan jumlah pengguna Shopee, bagaimana pendapat anda mengenai fenomena tersebut?
8. Bagaimana upaya anda dalam beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen pada saat pandemi Covid-19?
9. Bagaimana kepuasan konsumen dalam memberikan kontribusi untuk toko anda?
10. Bagaimana upaya toko dalam memberikan kepuasan kepada konsumen?
11. Bagaimana performa ekspedisi menurut anda? Dan mitra ekspedisi apa yang menjadi favorit anda?
12. Sebagai penjual di shopee apakah ada harapan mengenai pengembangan shopee sebagai media untuk berjualan agar anda dapat terus berjualan di shopee?
13. Menurut anda selaku wirausaha, bagaimana potensi yang ada dari belanja *online* di masa depan era digital_dalam berbisnis fesyen?

Daftar pertanyaan wawancara konsumen (5 Narasumber)

A. Data Konsumen

1. Nama konsumen ?
2. Usia?
3. Domisili
4. Status (Bekerja, Pelajar, Wirausaha)?

B. Pertanyaan untuk Konsumen

1. Mengapa anda memutuskan untuk berbelanja secara *online* dan perbedaan apa yang anda rasakan dibandingkan belanja secara *offline*?
 - a. Kapan pertama kali anda berbelanja secara *online*?
 - b. Melalui media apa anda berbelanja secara *online*?
 - c. Dari mana anda tahu belanja *online*?
 - d. Pengalaman berbelanja seperti apa yang anda dapat?
 - e. Manfaat seperti apa yang anda rasakan ketika berbelanja secara *online*?
 - f. Kemudahan-kemudahan apa saja yang anda rasakan ketika berbelanja secara *online*?
 - g. Bagaimana tanggapan anda mengenai cara pembayaran di shopee?
 - h. Setelah melalui proses tersebut apa yang anda harapkan ke depannya dari media belanja *online* agar dapat membuat anda terus belanja secara *online*?
 - i. Mengapa anda memutuskan untuk berbelanja suatu produk di suatu toko?
2. Penyebaran pengguna Shopee salah satunya adalah dari mulut ke mulut. Bagaimana tanggapan anda terhadap fenomena tersebut?
Bagaimana anda menjelaskan pengalaman berbelanja anda secara *online* kepada orang terdekat anda?
 - a. Tanggapan orang terdekat mengenai berbelanja secara *online*?
 - b. Seberapa besar orang terdekat anda dalam berbelanja secara *online*?
3. Faktor – faktor apa saja yang membuat anda ingin membeli suatu produk di toko *online*? (ingin mencoba, mendapat rekomendasi, promo, terpaksa, rekomendasi)

- a. Persepsi seperti apa yang anda rasakan ketika memutuskan untuk membeli secara *online*? (belanja *online* mudah, murah, atau ingin mencoba)
 - b. Faktor apa yang membuat anda ingin kembali belanja secara *online*? Dan mengapa?
4. Setelah berbelanja secara *online* biasanya orang-orang memberikan ulasan terhadap produk tersebut berupa foto, kalimat, video, dan *rating*. Bagaimana dengan anda dan cara seperti apa yang anda lakukan dalam memberikan ulasan produk tersebut?
- a. Pengaruh apa yang diberikan ulasan produk tersebut terhadap keputusan anda dalam berbelanja kembali atau belanja produk di *e-commerce*? Mengapa anda melihat ulasan tersebut?
5. Bagaimana tanggapan anda mengenai performa dari ekspedisi pengiriman ketika berbelanja secara *online* di Shopee?
6. Apakah anda pernah mengalami pengalaman kurang menyenangkan ketika berbelanja secara *online*?
- a. Kompensasi apa yang anda peroleh?

Daftar pertanyaan wawancara Perwakilan *E-commerce* (1 Narasumber)

A. Data Pegawai

1. Nama?
2. Usia?
3. Jabatan?

B. Pertanyaan Untuk Perwakilan *E-commerce*

1. Bagaimana pengaruh dari pandemic COVID-19 terhadap Shopee?
2. Bagaimana tanggapan anda mengenai perubahan perilaku konsumen dari berbelanja secara *offline* menuju *online*?
3. Menurut data produk fesyen merupakan produk no.1 secara penjualan di Shopee pada tahun 2021. Bagaimana tanggapan anda mengenai data tersebut?
 - a. Bagaimana upaya yang Shopee lakukan untuk mempertahankan atau meningkatkan fenomena tersebut?
4. Potensi apa yang anda lihat mengenai cara berbelanja *online*?

5. Dalam berbelanja secara *online* kepuasan konsumen sangat penting karena belanja *online* adalah hal yang baru dan perlu *image* baik di masyarakat. Upaya apa yang Shopee berikan untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan untuk para konsumen?
6. Bagaimana upaya shopee dalam mengapai seluruh konsumen di Indonesia secara ekspedisi?
7. Bagaimana tanggapan anda terhadap cara pembayaran dalam transaksi di shopee?

Daftar Observasi yang dilakukan peneliti:

1. Kondisi pelaku usaha terhadap pandemi COVID-19
2. Kondisi pelaku usaha terhadap perubahan perilaku konsumen
3. Performa dan kepuasan konsumen terhadap toko *online*
4. Kepuasan pelanggan aplikasi *e-commerce*

