

**PERILAKU MASYARAKAT BERBELANJA DI *E-COMMERCE*  
BERDASARKAN KELAS SOSIAL DI KELURAHAN PEJATEN  
BARAT KECAMATAN PASAR MINGGU KOTA ADMINISTRASI  
JAKARTA SELATAN**





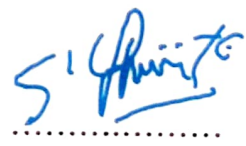
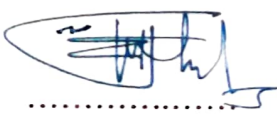

**Mutia Aisyatur Rido  
4315161010**

**Skripsi ini ditulis dan disusun guna memenuhi sebagai persyaratan dalam  
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



No.	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<b><u>Dr. Aris Munandar, S.Pd, M.Si</u></b> NIP. 197708022005011003 Ketua	 .....	12/02/2021 .....
2.	<b><u>Drs. Warnadi, M.Si</u></b> NIP. 195608091985031004 Penguji Ahli I	 .....	11/02/2021 .....
3.	<b><u>Dr. Sucahyanto, M.Si</u></b> NIP. 196306071989031001 Penguji Ahli II	 .....	11/2 2021 .....
4.	<b><u>Dra. Dwi Sukanti Lestariningsih, M.Si</u></b> NIP. 195810251983032003 Dosen Pembimbing I	 .....	19/02/2021 .....
5.	<b><u>Dr. Ode Sofyan Hardi, S.Pd, M.Si, M.Pd</u></b> NIP. 197711262008011004 Dosen Pembimbing II	 .....	17/02/2021 .....

**Tanggal Lulus : 5 Februari 2021**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mutia Aisyatur Rido

NIM : 4315161010

Program Studi : Pendidikan Geografi

Fakultas : Ilmu Sosial

Univesitas : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi ini yang berjudul “Perilaku Masyarakat Berbelanja di *E-Commerce* Berdasarkan Kelas Sosial di Kelurahan Pejaten Barat Kecamatan Pasar Minggu Kota Administrasi Jakarta Selatan” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lainnya.

Skripsi ini murni gagasan dan hasil penelitian sendiri tanpa bantuan dari pihak manapun kecuali arahan dari dosen pembimbing. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah tercantum dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima dan menghormati segala konsekuensi akademik yang diberikan Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 17 Februari 2021



Mutia Aisyatur Rido  
NIM. 4315161010



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mutia Aisyatur Rido  
NIM : 4315161010  
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial / Pendidikan Geografi  
Alamat email : mutiaaisyatur@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Perilaku Berbelanja Masyarakat di E-commerce Berdasarkan kelas sosial di Kelurahan Pejaten Barat Kecamatan Pasar Minggu Kota Administrasi Jakarta Selatan

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Februari 2021

Penulis

( Mutia Aisyatur Rido )

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

***“The One Who Falls And Gets Up Is So Much Stronger Than The One Who Never Fell”***

*Thanks to those who loved me, you made my heart bigger. Thanks to those who cared, you made me feel important. Thanks to those who left, you showed me that not everything is forever. Thanks to those who stayed, you showed me the meaning of true friends. Thanks to those who entered my life, you helped me become the person I am today*

Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang paling berharga dalam hidup saya. Terima kasih atas semua cinta yang telah Ayah dan Mamah saya berikan kepada saya.

## ABSTRAK

**Mutia Aisyatur Rido, Perilaku Masyarakat Berbelanja di E-commerce Berdasarkan Kelas Sosial di Kelurahan Pejaten Barat Kecamatan Pasar Minggu Kota Administrasi Jakarta Selatan. Skripsi. Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. 2021.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku masyarakat berbelanja di *e-commerce* berdasarkan kelas sosial di Kelurahan Pejaten Barat Kecamatan Pasar Minggu Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di Kelurahan Pejaten Barat pada usia produktif 15 – 64 tahun dan sampel dalam penelitian ini adalah Masyarakat kelas bawah, menengah dan atas yang diambil masing-masing 30 secara *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada masyarakat kelas sosial atas, menengah dan bawah terhadap perilaku berbelanja di *e-commerce* dimana cenderung memilih toko *online* di *e-commerce* yang jaraknya lebih dekat dengan tempat tinggal mereka atau hanya di Jabodetabek. Lalu, produk *fashion* merupakan produk dengan jangkauan pembelian yang lebih luas dimana banyak dibeli hingga di luar Jabodetabek dibanding produk lain. Jenis produk yang paling sering dibeli oleh masyarakat kelas atas adalah makanan / minuman. Sedangkan, yang paling sering dibeli oleh masyarakat kelas menengah dan bawah adalah produk *fashion*. Masyarakat kelas atas dan bawah melakukan belanja di *e-commerce* sebanyak kurang dari 3 kali dalam sebulan dan masyarakat kelas menengah melakukan belanja di *e-commerce* sebanyak 4 – 6 kali dalam sebulan. Tujuan melakukan belanja di *e-commerce* pada masyarakat kelas atas adalah kebutuhan / keinginan dan pada masyarakat kelas menengah dan bawah adalah karena harga lebih murah. Metode pembayaran yang sering digunakan oleh masyarakat kelas atas dan menengah adalah transfer bank. Sedangkan pada masyarakat kelas bawah, yang paling sering digunakan adalah COD atau bayar di tempat.

**Kata Kunci : Perilaku Berbelanja, E-commerce, Kelas Sosial**

## ABSTRACT

**Mutia Aisyatur Rido, People's Shopping Behavior in E-commerce Based on Social Class in Pejaten Barat Village, Pasar Minggu District, South Jakarta Administrative City. Essay. Department of Geography Education, Social Science Faculty, State University of Jakarta. 2021.**

This study aims to determine the behavior of people shopping in e-commerce based on social class in Pejaten Barat Village, Pasar Minggu District, South Jakarta. This study uses a descriptive method with a survey approach. The population in this study were all people living in Pejaten Barat Village at the productive age of 15 - 64 years and the sample in this study were the lower, middle and upper class people who were taken 30 respectively by purposive sampling

The results showed that there was no significant difference in the upper, middle and lower social class people on shopping behavior in e-commerce where they tended to choose online stores in e-commerce that were closer to their place of residence or only in Jabodetabek. Then, fashion products are products with a wider range of purchases where many are purchased outside Jabodetabek compared to other products. The type of product most often bought by the upper class is food / beverage. Meanwhile, the most frequently purchased by the middle and lower class are fashion products. Upper and lower class people shop on e-commerce less than 3 times a month and middle class people shop on e-commerce 4 - 6 times a month. The purpose of shopping in e-commerce for the upper class is a need / desire and the middle and lower class people are because the price is cheaper. The payment method that is often used by the upper and middle class is bank transfer. Meanwhile, in the lower class, the most frequently used is COD or pay on the spot

**Keywords : Shopping Behavior, *E-commerce*, Social Class**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan karunia-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul *“Perilaku Masyarakat Berbelanja Di E-commerce Berdasarkan Kelas Sosial di Kelurahan Pejaten Barat Kecamatan Pasar Minggu Jakarta Selatan”*. Skripsi ini ditujukan sebagai sebuah syarat untuk meneruskan penelitian dalam mencapai gelar sarjana Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, penulis juga mengucapkan rasa syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa atas berkat ridhonya, limpahan ilmu pengetahuan serta kasih sayangnya yang tidak dapat tergantikan.

Penulis menyadari pula bahwa tanpa usaha dan kerja keras dukungan moral dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan selesai tepat pada waktunya. Atas dasar itu izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah turut membantu penulisan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Dr. Umasih, M.Hum selaku Ketua Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Aris Munandar, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Samadi, S.Pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan dukungan dan arahan selama masa perkuliahan.
4. Dra. Dwi Sukanti Lestariningsih, M.Si selaku Dosen Pembimbing I, atas kesabaran, ketelitian dan saran yang disampaikan.
5. Dr. Ode Sofyan Hardi. S.Pd, M.Si, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II, atas bantuan dan saran yang diberikan kepada peneliti sehingga memudahkan peneliti dalam mengerjakan skripsi.
6. Para Dosen Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta yang saya hormati.



7. Imron Rosadi dan Elis Rahma Sari selaku orang tua saya yang telah turut mengantarkan saya meraih pendidikan sarjana hingga saat ini.
8. Eyang Umroh & Nenek Ellih, Tante dan om dari Keluarga Besar Bani Murtado serta Sylvia Aulia Dewi, Tania Putri Ayunita dan Keisha Allaya Balqis selaku saudara kandung saya yang selalu mendo'akan, memberikan dukungan dan memotivasi saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Riskialdi yang selalu bersedia membantu menyelesaikan skripsi saya.
10. Talita Islami dan Nadya Rachmawati yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Etrika Ika Putri, Citra Jadwa Izzati, Divyana Sudiro, Raden Roro, Alfiyatus, Shalma Meilani, dan Anna Majida, Rindi Antika Sari, Tri Desti Handayani serta Teman – Teman Pendidikan Geografi UNJ angkatan 2016 lainnya yang telah kebersamai, memberikan warna – warni dalam prosesnya serta memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Kepada semua yang telah mendukung, mendo'akan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini yang belum dapat saya sebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa menyelesaikan penelitian ini masih perlu adanya penyempurnaan dari saran, kritik, serta usulan yang ada. Dengan ini, penulis menerima dengan tangan terbuka setiap masukan yang sifatnya membangun demi mencapai kesempurnaan dalam penelitian skripsi ini.

Jakarta, 15 Februari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Pembatasan Masalah .....	6
1.4. Perumusan Masalah .....	6
1.5. Manfaat Masalah .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1. Deskripsi Teori .....	7
2.1.1. Hakikat Perilaku .....	7
2.1.2. Hakikat Berbelanja .....	13
2.1.3. Hakikat <i>E-commerce</i> .....	14
2.1.4. Hakikat Kelas Sosial .....	17
2.2. Definisi Operasional .....	20
2.3. Penelitian Relevan .....	21
2.4. Kerangka Berpikir .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	25
3.1. Tujuan Penelitian.....	25
3.2. Tempat dan Waktu.....	25
3.3. Metode Penelitian.....	26
3.4. Populasi dan Sampel.....	26
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6. Teknik Analisis Data.....	27
3.7. Instrumen Penelitian.....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	29
4.1. Deskripsi Wilayah.....	29
4.2. Deskripsi Data.....	32
4.2.1. Identitas Responden.....	32
4.2.2. Aspek Ruang.....	35
4.2.3. Aspek Waktu.....	43
4.2.4. Aspek Internal.....	47
4.2.5. Aspek Eksternal.....	57
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	70
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran.....	71
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	72
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b> .....	74
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	108