
**Pengaruh Bencana Covid-19 Dan Pembatasan Sosial Terhadap Perubahan
Perilaku Konsumen
(Studi Kasus Pada Konsemen Industri Kerupuk Rambak Di Mojokerto)**

Ilmi Rahmawati*

Agus Widarko**

Mohammad Rizal***

Ilmirahma167@gmail.com

Universitas Islam Malang, Jl. Mayjen Haryono 193 Malang

Abstract

This research was conducted with the aim of analyzing the variables of the Covid-19 Disaster and Social Distancing on Changes in Consumer Behavior in consumers of the rambak cracker industry in Mojokerto simultaneously and partially. This research uses explanatory research with descriptive and quantitative approaches. The population in this study were consumers of the Cow Jaya rambak cracker industry located in Hamlet Kauman, Bangsal Village Rt 06/15 Bangsal District, Mojokerto Regency, East Java. The sampling technique used was Non Probability Sampling which was assisted by the Slovin formula, so a sample of 52 respondents was obtained. Data analysis using multiple linear regression analysis processed with SPSS 16.0 software. The survey method used was a questionnaire. The results showed that the Covid-19 Disaster and Social Restrictions simultaneously had a significant effect on changes in consumer behavior. And the Covid-19 Disaster variable partially has no significant effect on changes in consumer behavior. Social Restrictions Variable has a partially significant effect on Changes in Consumer Behavior.

Keywords: Covid-19 Disaster, Social Distancing, Changes in Consumer Behavior

Latar Belakang

Fenomena pandemi Covid-19 dirasakan membawa dampak yang sangat besar terutama bagi perekonomian, dengan adanya pandemi covid-19 ini diisukan dapat mengubah segala aspek perekonomian baik dari tatanan ekonomi maupun tatanan bisnis di segala sektor. Kondisi pandemi ini menjadikan para ilmuwan memunculkan gagasan baru yang berhubungan dengan perbisnisan semua ini dilakukan untuk menemukan suatu solusi yang dianggap cocok dipakai pada masa pandemi covid-19 dan penggunaanya dianggap dapat membawa dampak positif. Gagasan baru ini diharapkan dapat membantu kegiatan bisnis di kala pandemi covid-19. Menurut Pramudita, (2020) munculnya gagasan ini diharapkan merupakan pilihan logis dan tepat digunakan untuk menangani merebaknya pandemi covid-19 berdampak pada perubahan perilaku konsumen ketika melakukan pembelian produk dengan tujuan mencukupi kebutuhan keseharian.

Menurut Yunus & Rezki, (2020) virus corona pertama kali ada di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Isu kemunculan virus corona berasal dari makanan hingga hewan-hewan unggas yang berada di pasar hewan Wuhan, China yang menular melalui lendir manusia yang terpapar covid-19. Ketika seseorang terkena Covid-19 akan bersin, batuk atau berbicara, kemudian terkena orang lain yang tidak terkena Covid-19. Menurut CDC, (2020) beberapa gejala

yang harus diwaspadai adalah demam tinggi, batuk pilek, kurangnya indra pengecap, sesak nafas, sakit tenggorokan, mata merah, dan lelah. Covid-19 sendiri membawa dampak yang sangat besar di seluruh negara di dunia. Indonesia sebagai salah satu negara yang terdampak bencana Covid-19 ini mengambil tindakan untuk melakukan *social distancing* sering disebut sebagai pembatasan sosial atau karantina dalam suatu wilayah baik dalam waktu singkat ataupun berangsur lama.

Pembatasan sosial yang dilakukan di era covid-19 ini merupakan keputusan yang dikeluarkan oleh pemerintah mengesahkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial (PSBB) dan Keputusan presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Keadaan Darurat Kesehatan Masyarakat. Keputusan pemberlakuan pembatasan sosial ini diambil oleh semua negara termasuk negara Indonesia yang mempunyai dua sisi tersendiri yang mana sisi pertamanya memanimalisir dan mengurangi dampak penyebaran dari virus covid-19 yang semakin bertambah kuat dan sudah banyak memakan korban. Di sisi yang kedua dari penetapan keputusan pemberlakuan pembatasan sosial malah membuat turunya perekonomian Indonesia dan malah menyebabkan kemunculan pengangguran yang semakin banyak. Mengacu pada data covid-19 untuk bulan November 2020 di Indonesia mengenai kasus Covid-19 mengalami kenaikan setiap harinya yang awalnya hanya ratusan hingga mencapai ribuan kasus covid-19 disetiap harinya. Pemerintah dan masyarakat berharap kasus penyebaran Covid-19 tidak mengalami kenaikan lagi melainkan mengalami penurunan dan kondisi perekonomian di Indonesia dapat kembali pulih seperti semula.

Kenaikan kasus penyebaran Covid-19 membawa dampak negatif yang timbul dalam sektor medis, pelaku usaha, dan bagi sektor usaha yang usaha membutuhkan perkumpulan orang yang mana mereka mengambil tindakan untuk memberhentikan pegawainya. Selain itu dampak yang ditimbulkan dari adanya pandemi covid-19 ini juga berdampak pada perubahan perilaku konsumen terutama dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis. Menurut Ramadhan, (2020) adanya pandemi covid-19 berdampak pada masyarakat yang mana mereka dapat kehilangan pekerjaan, pembisnis gulung tikar dan memberhentikan kegiatan bisnisnya karena tidak mampu bertahan. Beberapa pengusaha usaha sedang berusaha memunculkan gagasan baru yang dapat membuat usahanya tetap bertahan dengan cara memberikan nilai baru atau inovasi baru terhadap produk yang ditawarkan.

Selain itu adanya Pembatasan sosial menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen. WHO, (2020) menyatakan bahwa dampak yang ditimbulkan oleh pembatasan sosial ini terganggunya kebutuhan dasar masyarakat, keberlangsungan bisnis serta menurunnya perekonomian Indonesia. Perubahan perilaku konsumen saat pembatasan sosial ini juga menyebabkan banyak orang menjadi berburu kebutuhan untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya tanpa memperhatikan jumlah yang dibeli dan harga melainkan mereka semua membeli kebutuhan mereka berdasarkan nilai kegunaan dari produk tersebut.

Munculnya Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial sangat membawa dampak sangat besar bagi perubahan perilaku konsumen. Terutama bagi industri kerupuk rambak Cow Jaya yang mengalami permasalahan dimana pesanan yang biasanya dalam jumlah banyak dan sampai dikirim ke distributor atau pengepul mengalami penurunan. Industri kerupuk rambak yang di produksi oleh Cow Jaya bertempat di Dukuh Kauman Desa Bangsal Rt 06/No.15 Kecamatan Bangsal Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Perubahan Perilaku Konsumen

Kotler & Keller (2016:179), yaitu perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perilaku konsumen menurut pendapat Harman Malau (2017:217) yang mengatakan bahwa “Perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, megamankan, dan menggunakan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk kepuasan”. Jenis-jenis perilaku konsumen terdiri dari konsumen yang rasional yaitu: konsumen memilih produk sesuai dengan kebutuhannya, produk yang disediakan konsumen memberikan kegunaan terbaik kepada konsumen, konsumen memilih produk dengan kualitas terjamin, dan konsumen irasional yaitu: konsumsi Konsumen cepat tertarik dengan iklan dan promosi Di media cetak dan elektronik, konsumen memiliki merek atau produk bermerek terkenal Konsumen memilih produk bukan berdasarkan kebutuhannya, tetapi pada reputasi konsumen. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu: faktor budaya yang terdiri dari budaya, subkultur dan kelas sosial, dan faktor sosial yang terdiri dari kelompok masyarakat sebagai berikut: kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial, faktor personal dan faktor psikologis : Motivasi, persepsi, proses belajar dan keyakinan.

Pengertian Bencana Covid-19

Menurut BNPB, (2020) dapat diartikan sebagai peristiwa atau kejadian yang dapat mengancam dan menghancurkan kehidupan dan mata pencaharian masyarakat, baik yang bersifat alam maupun yang tidak wajar, serta orang yang menimbulkan korban jiwa, kerusakan lingkungan, dan kerusakan harta benda. Bahaya dan dampak psikologis. Menurut situs WHO (*World Health Organization*), Covid-19 dapat diartikan sebagai sekelompok virus yang menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Virus corona baru termasuk dalam virus baru tergolong dalam kelompok virus jenis baru yang mana sebelumnya tidak ada yang kenal dan wabah ini pertama kali ada Wuhan, Tiongkok, China pada bulan Desember 2019 (Pane, 2020). Kebanyakan orang yang terpapar covid-19 merasakan gejala seperti: demam, infeksi pada saluran pernafasan, kehilangan indra penciuman, batuk pilek, sakit kepala, sakit tenggorokan, kehilangan indra perasa, dan mual. WHO (*World Health Organization*) menyarankan Masyarakat melindungi diri sendiri dan orang lain agar sering mencuci tangan, menggunakan hand sanitizer berbahan dasar alkohol, menghindari menyentuh area wajah, menutupi mulut dan hidung saat bersin atau batuk, serta menjaga kesehatan agar tidak terpapar jarak virus covid-19 dan hindari Travel yang tidak perlu serta selalu ikuti prosedur kesehatan untuk menghindari virus covid-19 setiap saat.

Pengertian Pembatasan Sosial

Dineros & Dipasupil (2020) mendefinisikan *social* sebagai “perjanjian darurat yang biasanya digunakan untuk mencegah orang meninggalkan daerah tertentu. PSBB menyatakan, PP Nomor 21 Tahun 2020 bertujuan untuk membatasi aktivitas warga di wilayah yang diduga Covid-19 agar tidak menyebar. PSBB memiliki masa inkubasi paling lama 14 hari. Namun jika ada kasus baru, bisa diperpanjang dalam waktu 14 hari setelah kasus terakhir ditemukan.

Menurut Permenkes Nomor 9 Tahun 2020, pelaksanaan PSBB meliputi: libur sekolah dan hari kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, mewajibkan kegiatan keagamaan dilakukan di rumah dengan partisipasi keluarga terbatas, menjaga jarak dengan semua orang, dan membatasi kegiatan di rumah. tempat-tempat umum, Membatasi kegiatan sosial budaya dan pembatasan transportasi. Penjelasan dua variabel independen yaitu Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial terhadap variabel dependen yaitu Perubahan Perilaku Konsumen dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Bahwa Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Perubahan Perilaku Konsumen

H2 : Bahwa Bencana Covid-19 berpengaruh terhadap Perubahan Perilaku Konsumen

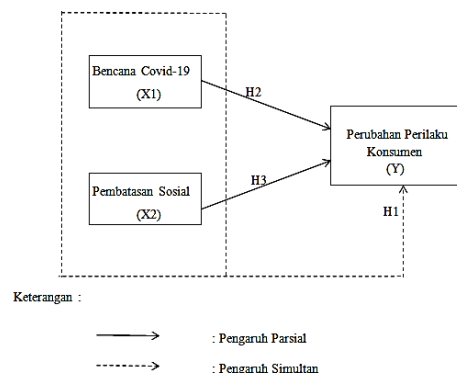
H3 : Bahwa Pembatasan Sosial berpengaruh terhadap Perubahan Perilaku Konsumen.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori research yang didukung dengan metode deskriptif dan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer ini dihasilkan dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung melalui kegiatan wawancara, observasi, angket dan studi dokumen dengan subjek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini dihasilkan dan dikumpulkan oleh peneliti dari website WHO (*World Health Organization*) dan jurnal berkaitan dengan tema dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data ini didapatkan dari hasil wawancara dan kuisioner (angket) yang diberikan peneliti kepada narasumber konsumen kerupuk rambak Cow Jaya wilayah Mojokerto. Dalam penelitian ini juga menggunakan skala likert untuk menjelaskan variabel-variabel yang dijelaskan oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini ada 52 konsumen industri kerupuk rambak Cow Jaya di Mojokerto yang berhubungan dengan pengaruh Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Teknik penganalisisan data menggunakan analisis regresi linier berganda dari hasil perhitungan SPSS.

Model Penelitian



Gambar 1 Model Penelitian

Hasil Dan Pembahasan

Gambaran karakteristik responden didapatkan hasil kuisioner yang diberikan secara langsung kepada 52 konsumen yang bertempat tinggal di sekitar industri kerupuk rambak Cow Jaya atau konsumen yang bertempat tinggal di Mojokerto serta konsumen yang mengenal dan pernah mengkonsumsi kerupuk rambak yang dijual oleh industri kerupuk rambak Cow Jaya.

Tabel 1. Rincian Penyebaran Kuesioner

No.	Rincian	Jumlah
1.	Kuesioner yang disebar	52 responden
2.	Kuesioner yang tidak kembali	0 responden
3.	Kuesioner yang tidak lengkap dalam penelitiannya	0 responden
4.	Kuesioner yang layak untuk dianalisis	52 responden

Sumber : Data Primer diolah tahun 2021

Hasil Uji Instrumen

Hasil uji instrumen dalam penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Kuesioner dinyatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%) dan bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Dan penelitian ini dinyatakan reliabel jika Cronbach's Alpha > 0.06 , dan Cronbach's Alpha < 0.06 , hal ini menunjukkan bahwa hasil kuisionernya tidak reliabel.

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel independen yaitu Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial serta variabel dependen yaitu: Perubahan Perilaku Konsumen dalam hasil uji validitas dinyatakan valid karena hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,279). Dan dari hasil uji reliabilitas variabel Bencana Covid-19 (X1) dan Pembatasan Sosial (X2) Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen (Y) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,06$.

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* memperoleh nilai $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen dalam penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dalam penelitian ini terdapat dua pengujian yaitu: Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan dalam Uji Multikolinieritas dilihat dari hasil *Tolerance Value* atau VIF yang didapatkan dari hasil regresi linier. Jika nilai *Tolerance Value* $> 0,10$ atau VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi Multikolinieritas. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa *Tolerance Value* X1 (0,699) atau VIF (1,430) dan *Tolerance Value* X2 (0,699) atau VIF (1,430) yang mana dapat dinyatakan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Tolerance Value* $> 0,10$ atau VIF < 10 yang artinya tidak terjadi Multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas suatu model regresi dinyatakan baik bila tidak terjadi Heteroskedastisitas. Yang mana uji Heteroskedastisitas. Dapat dilihat dari grafik *scatterplot* dan dapat dibuktikan dari hasil uji glejser. Dapat dilihat dari grafik *scatterplot* bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola dan tersebar di atas atau di bawah nol pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh Bencana Covid-19 dan Pembatasan sosial terhadap Perubahan Perilaku Konsumen tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan dapat dibuktikan dari uji glejser yang mana pada variabel Bencana Covid-19 (X1) 0,699 dan pada Pembatasan Sosial (X2) diperoleh nilai signifikan 0,844. Kedua variabel memiliki nilai signifikan $> 0,05$ yang menunjukkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berkorelasi positif atau negatif dengan variabel dependen, dan apakah nilai variabel independen dapat memprediksi kenaikan atau penurunan variabel dependen. Hasil perhitungan regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5,711	2,550		2,240
	Bencana Covid-19	,011	,085	,018	,129
	Pembatasan Sosial	,286	,072	,560	3,990

a. Dependent Variable: Perubahan Perilaku Konsumen

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa hasil uji regresi linier berganda yang dapat diketahui dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,711 + 0,011 X_1 + 0,286 X_2 + e$$

Nilai konstanta dalam penelitian menunjukkan jika variabel bencana Covid-19 (X1) dan pembatasan sosial (X2) bernilai 0, maka variabel perubahan perilaku konsumen (Y) sebesar 5,711.

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Uji F di dalam penelitian dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel Bencana Covid-19 (X1) dan Pembatasan Sosial (X2) terhadap Perubahan Perilaku Konsumen (Y). Hasil uji-F dapat dilihat dari tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3 Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42,038	2	21,019	11,802	,000 ^a
	Residual	87,269	49	1,781		
	Total	129,308	51			
a. Dependent Variable: Perubahan Perilaku Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Pembatasan Sosial, Bencana Covid-19						

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021

Hipotesis 1

Berdasarkan hasil dari tabel 3 diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 11,802 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ atau membandingkan Nilai F_{hitung} dengan Nilai F_{tabel} yang mana nilai F_{tabel} diperoleh 3,18 , maka dapat diketahui hasil perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dari dua acuan di atas dapat dijelaskan bahwa hipotesis diterima yang mana variabel Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. Sehingga dapat dijelaskan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian Yusup dkk, (2020).

Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian terhadap beberapa variabel dependen penjelas. Anda dapat melihat hasil uji F dari Tabel 4, seperti gambar di bawah ini:

Tabel 4 Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,711	2,550		2,240	,030		
	Bencana Covid-19	,011	,085	,018	,129	,898	,699	1,430
	Pembatasan Sosial	,286	,072	,560	3,990	,000	,699	1,430
a. Dependent Variable: Perubahan Perilaku Konsumen								

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2021

Hipotesis 2

Berdasarkan pada tabel 4 diatas diperoleh nilai t_{hitung} 0,129 dan signifikan $0,898 > 0,05$ atau membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang mana nilai t_{tabel} 2,009 , maka dapat diketahui hasil perbandingan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Dari dua acuan di atas dapat dijelaskan bahwa hipotesis ditolak yang mana Bencana Covid-19 tidak berpengaruh signifikan terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang mana dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Yusup dkk, (2020) dan tidak sejalan dengan penelitian dari Hataruk (2020).

Hipotesis 3

Berdasarkan pada tabel 4 diatas diperoleh nilai t_{hitung} 3,990 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ atau membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang mana nilai t_{tabel} 2,009 , maka

dapat diketahui hasil perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dari dua acuan di atas dapat dijelaskan bahwa hipotesis diterima yang mana variabel Pembatasan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang mana dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusup dkk (2020).

Uji Determinasi

Koefisien determinasi menggambarkan keunggulan model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai Adjusted R² mendekati 1, menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada Tabel 5, seperti dibawah ini:

Tabel 4 Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,827 ^a	,684	,668	,789
a. Predictors: (Constant), Pembatasan Sosial, Bencana Covid-19				
b. Dependent Variable: Perubahan Perilaku Konsumen				

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2021

Berdasarkan pada table 5 diatas diperoleh nilai adjust *R square* 0,668. Yang berarti seluruh variabel independen yaitu Bencana Covid-19 (X1) dan Pembatasan Sosial mempunyai kontribusi secara bersamaan sebesar 66,8% terhadap variabel dependen yaitu Perubahan Perilaku Konsumen. Sedangkan nilai 33,2% adalah sisa yang dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh antara Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. Dari penelitian dan pembahasan mengenai Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial terhadap Perubahan Perilaku Konsumen, diperoleh bahwa :

1. Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Perubahan Perilaku Konsumen pada konsumen industri kerupuk rambak Cow Jaya di Mojokerto. Pernyataan ini dibuktikan dari hasil perhitungan uji F.
2. Variabel Bencana Covid-19 dinyatakan tidak berpengaruh terhadap Perubahan Perilaku Konsumen pada konsumen industri kerupuk rambak Cow Jaya di Mojokerto. Yang mana pernyataan ini dibuktikan dari hasil perhitungan uji t.
3. Variabel Pembatasan Sosial dinyatakan berpengaruh terhadap Perubahan Perilaku Konsumen pada konsumen industri kerupuk rambak Cow Jaya di Mojokerto. Pernyataan ini dibuktikan dari hasil perhitungan uji t.

Keterbatasan

Dalam pelaksanaan penelitian ini telah dilakukan dan diusahakan secara ilmiah dan sesuai dengan prosedur penelitian, namun meski begitu penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu dalam mencari referensi yang sesuai dengan penelitian, populasi dalam penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen industri kerupuk rambak yang bertempat tinggal disekitar industri Cow Jaya dan di wilayah Mojokerto yang mengenal dan pernah mengkonsumsi kerupuk rambak olehan Cow Jaya, dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu Bencana Covid-19 dan Pembatasan Sosial serta satu variabel dependen yaitu Perubahan Perilaku Konsumen.

Saran

Dari hasil penelitian diatas, apabila ada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian kembali terhadap variabel yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku konsumen dimasa pandemi, yang mana diharapkan bahwa peneliti selanjutnya dapat mengetahui dan menemukan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku konsumen masa pandemi ini. Dan diharapkan untuk peneliti selanjutnya bisa mengembangkan item pada penelitian ini supaya mendapatkan jawaban yang lebih baik lagi serta diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden dan populasi pada penelitian berikutnya supaya menghasilkan hasil yang lebih sempurna untuk penelitiannya.

Daftar Pustaka

- BNPB. 2020. *Pengertian Dan Potensi Ancaman Bencana*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional.
- Kotler, Phillip dan Kevin, Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Hutauruk, Martinus Robert. 2020. Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen Untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok di Samarinda (*The Effect of Pandemic COVID-19 on Factors Which Determine Consumer Behavior to buy Staple goods in Samarinda*)” 2: 1–15.
- Pane, Merry Dame Cristy. 2020. “Virus Corona (COVID-19).” <https://www.alodokter.com/virus-corona> diakses 30 April 2020
- PP RI. 2020. Peraturan Pemerintah RI Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19.
- Pramudita, Bernadinus Adi. 2020. “Deretan Perubahan Perilaku Konsumen Karena Corona.No Title.” *Deretan Perubahan Perilaku Konsumen Karena Corona*.
- Ramadhan, Bagus. 2020. “Perubahan Perilaku Belanja Konsumen Indonesia Saat Covid-19.”



WHO. 2020. “Coronavirus Disease 2019 (COVID-19).” *Situation Report-80*.

Yunus, Nur Rohim & Rezki, Annissa. 2020. “Kebijakan Pemberlakuan Lock Down Sebagai Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid-19.” *Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3) 7: 227–38.

Yusup, Deni Kamaludin, Mila Badriyah, Dedi Suyandi, and Vemy Suci Asih. 2020. “Pengaruh Bencana Covid-19 , Pembatasan Sosial , Dan Sistem Pemasaran Online Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Retail.”

IImi Rahmawati* Adalah Alumni FEB Unisma

Agus Widarko** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohammad Rizal*** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma