

# Perilaku Keruangan Konsumen Generasi Z dalam Berbelanja Kopi di Jakarta Selatan pada Masa Pandemi COVID-19 dengan Layanan Gofood atau Grabfood = Spatial Behavior of Generation Z Consumers on Ordering Coffee in South Jakarta with Gofood or Grabfood Services during The COVID-19 Pandemic

Ravidania Auni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920556006&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Adanya kebijakan Work From Home pada masa pandemi COVID-19 sejak tahun 2020 menjadi salah satu alasan adanya perubahan perilaku belanja konsumen. Kebijakan Work From Home tersebut membuat para konsumen perlu mencari alternatif untuk berbelanja dengan aman di masa pandemi ini. Konsumen kopi dalam hal itu mencari alternatif untuk berbelanja minuman kopi di masa pandemi COVID-19 dengan cara memesan secara online. Generasi Z merupakan salah satu konsumen kopi yang memanfaatkan layanan online untuk berbelanja minuman kopi. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis perilaku keruangan konsumen generasi Z pada saat berbelanja minuman kopi dengan layanan Gofood/Grabfood dari kedai kopi di Jakarta Selatan pada masa pandemi COVID-19 dan perubahan perilaku belanja yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan uji triangulasi data. Pengaruh terpapar informasi, teknologi Location-based Services, intensitas belanja, orientasi belanja kopi, nilai belanja kopi, dan pilihan kedai kopi masing-masing konsumen digunakan untuk menganalisis perilaku belanja konsumen kopi generasi Z. Generasi Z juga cenderung mengatur budget untuk membeli kopi karena adanya perubahan terkait dengan kebutuhan kopi dan juga masih ada pengaruh eksternal seperti tinggal bersama orang tuanya. Sintesis yang terbentuk dari perilaku keruangan konsumen ini didapatkan untuk pemilihan kedai kopi yang berjarak dekat, konsumen saat itu lebih mementingkan waktu dan biaya kirim saat memesan kopi. Kedai kopi yang jaraknya jauh tetap dipilih oleh konsumen kopi generasi Z karena adanya promo dan pilihan produk yang sesuai dengan selera mereka.

.....The existence of the Work From Home policy during the COVID-19 pandemic since 2020 is one of the reasons for changes in consumer shopping behavior. The Work From Home policy makes the consumers need to find alternatives to shop safely during this pandemic. Coffee consumers look for other options to shop for coffee drinks during the COVID-19 pandemic by ordering online. Generation Z is one of the coffee consumers who use online services to shop for coffee drinks. The purpose of this study was to analyze the spatial behavior of Generation Z consumers when shopping for coffee in South Jakarta with Gofood/Grabfood at coffee shops during the COVID-19 pandemic, and the changes in shopping behavior occurred. This study uses a qualitative method with a triangulation test. Influence from the information they receive, the technology they use, shopping intensity, shopping orientation, shopping value, and the coffee shop of each consumer chose are used to analyze the shopping behavior of generation Z coffee consumers. Generation Z also manages the budget to buy coffee because of changes related to coffee needs, and there are still external influences such as living with their parents. The formed synthesis for generation Z consumers' spatial behavior is acquired by selecting a coffee shop close to their house because they are concerned with time and shipping costs when ordering coffee. Then, choosing coffee shops that are further away is caused by the influence of the shopping behavior of Z generation coffee consumers because they

tend to choose promos or brands or products that suit their tastes.