

Dinamika Pengambilan Keputusan Individu dalam Melakukan Pembelian Impulsif di Masa Pandemi

Dea Arsita Arisandi¹, Sumaryono²

Fakultas Psikologi UGM

Email: ¹dea.arsita.arisandi@mail.ugm.ac.id, ²sumaryono.cendix@ugm.ac.id

Abstract

Purchasing a product is an activity that has become part of everyday human life. It is a mental process that involves a decision making process. The current state of pandemic has an impact on the global economy. This is a contradictory with the phenomenon of impulsive buying that occurs in e-commerce, especially during the promo period or often referred to flash sale in every twin date every month. This study aims to reveal the dynamics of the process of purchasing a product in the midst of a pandemic. The participants of this study were 5 women aged 21-25 years who had made purchases in e-commerce during the pandemic and bought more than 3 items during the flash sale period. Researchers used qualitative research methods and data collection was carried out through online interviews due to the ongoing pandemic situation. From the interviews conducted, the authors found that there are 3 factors, that is intrinsic, extrinsic, and situational factors that affect impulsive buying during the pandemic.

Keywords: *Decision making, impulse buying, pandemic.*

Abstrak

Pembelian suatu produk adalah kegiatan yang telah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari dan melibatkan suatu proses mental yaitu pengambilan keputusan. Kondisi pandemi yang sedang terjadi saat ini berdampak kepada penurunan ekonomi secara global. Hal tersebut berbanding terbalik dengan adanya fenomena *impulsive buying* yang terjadi di *e-commerce*, terutama pada periode promo atau *flash sale* angka kembar di setiap bulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dinamika proses pembelian suatu produk di tengah-tengah kondisi pandemi. Partisipan penelitian ini adalah 5 orang wanita berusia 21-25 tahun yang pernah melakukan pembelian di *e-commerce* selama pandemi dan membeli lebih dari 3 barang pada saat berlangsungnya periode *flash sale*. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengambilan data dilakukan melalui wawancara secara daring karena keadaan pandemi yang masih berlangsung. Dari wawancara yang dilakukan, penulis menemukan ada 3 faktor, yaitu faktor intrinsik, ekstrinsik, dan situasional yang mempengaruhi pembelian secara impulsif di masa pandemi.

Kata kunci: Pandemi, pembelian impulsif, pengambilan keputusan.