



INTISARI

Munculnya pandemi Covid-19 mengantarkan kita ke era baru untuk melakukan pekerjaan dari rumah (*work from home*). Pergeseran cara bekerja ini berakibat pada meningkatnya permintaan *gadget* elektronik. Saat ini, konsumen mengubah perilaku pembelian mereka dan mulai lebih sering berbelanja *online* daripada sebelum pandemi. Tren belanja *online* ini kemungkinan akan berlanjut setelah pandemi berakhir. Dengan bertambahnya konsumen yang memilih belanja secara *online*, salah satu aktivitas yang populer saat ini adalah perilaku *deal-seeking*. Ketika konsumen membeli *gadget* secara *online*, mereka menghabiskan waktu untuk meneliti produk, membandingkan harga, dan menimbang manfaat dari beberapa toko yang berbeda sebelum mengambil keputusan untuk membeli produk. Oleh karena itu, pola pembelian dan perilaku pembelian *gadget* dari konsumen *online* dapat diamati dan diselidiki dengan lebih lanjut. Selain itu, riset mengenai perilaku *deal-seeking online* masih sedikit dilakukan meskipun hal tersebut merupakan aktivitas yang sedang populer di masa kini. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan tentang perilaku *deal-seeking online* belum digali dengan baik.

Penelitian ini menggunakan *Model of Goal-directed Behavior* (MGB) sebagai model dasar. Analisis statistik SEM digunakan untuk teknik pengolahan data. Sebanyak 1145 responden berpartisipasi dalam pengumpulan data melalui survei *online* pada bulan April hingga Mei 2022.

Model penelitian dibangun berdasarkan variabel yang ada pada kerangka MGB. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, kontrol perilaku, emosi positif, dan frekuensi perilaku di masa lalu berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *deal-seeking* dalam pembelian *gadget* secara *online*. Keinginan dan niat perilaku menjadi mediator penuh dalam penelitian ini. Sedangkan norma subjektif dan emosi negatif ditemukan tidak berpengaruh pada penelitian ini.

Kata kunci : *deal-seeking*, belanja *online*, pembelian *gadget*, MGB, SEM



ABSTRACT

The emergence of the Covid-19 pandemic has created a new era for remote work that will shift work culture in the future. This shift of working culture increased the demand for electronic gadgets. Today, consumers are changing their buying behavior and are starting to shop online more often than before the pandemic. This online shopping trend is likely to continue after the pandemic ends. With more consumers choosing to shop online, one of the most popular activities today is deal-seeking behavior. When consumers buy gadgets online, they spend time researching products, comparing prices, and weighing the benefits of several different stores before making a decision to buy a product. Therefore, buying patterns and buying behavior of gadgets from online consumers can be observed and investigated further. In addition, online deal-seeking behavior is subject that is not well explored even though it is currently popular activity. This proves that knowledge about online deal-seeking behavior has not been explored properly.

This study uses the Model of Goal-directed Behavior (MGB) as the basic model. SEM statistical analysis was used for data processing techniques. A total of 1145 respondents participated in data collection through an online survey from April to May 2022.

The research model is built based on the variables in the MGB framework. The results of this study indicate that attitudes, behavioral control, positive emotions, and frequency of past behavior have a significant effect on deal-seeking behavior in buying gadgets online. Desires and behavioral intentions become full mediators in this study. Meanwhile, subjective norms and negative emotions were found to have no effect on this study.

Keywords : *deal-seeking, online shopping, gadget purchasing, MGB, SEM*