

INTISARI

Penyakit menular telah menjadi tantangan bagi seluruh dunia dikarenakan dampaknya ke berbagai sektor dan juga kehidupan sehari-hari. Covid-19 merupakan penyakit menular yang telah terkonfirmasi Desember 2019 dan ditetapkan menjadi penyakit tingkat pandemi. Perubahan situasi yang terjadi membuat konsumen merubah kebiasaan membelanjanya. Perbedaan individu dan lingkungan menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan berdampak pada pengeluaran konsumen. Teknologi informasi yang terus berkembang membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Pada penelitian ini, dilakukan proses identifikasi faktor yang mempengaruhi perilaku dan pengeluaran konsumen sebelum dan saat Covid-19 menggunakan *Structural Equation Model* untuk membangun dan menguji model teoritis yang sudah ada. Penelitian ini juga menggunakan Uji *Wilcoxon Signed Rank* untuk membandingkan kondisi perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dan pengeluaran konsumen di DKI Jakarta.

Penelitian ini dilakukan kepada 241 responden di DKI Jakarta. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumen mempengaruhi pengeluarannya pada sebelum dan saat pandemi. Pada sebelum pandemi Covid-19 lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dengan faktor yang diukur kelas sosial, budaya, dan pengaruh personal. Perbandingan perilaku konsumen pada saat pandemi dalam kebutuhan rasa aman tidak terjadi perubahan signifikan, sedangkan pada indikator lainnya mengalami perubahan. Perbandingan pengeluaran konsumen saat Covid-19 adalah terjadi perubahan disetiap indikator, pada pengeluaran berbelanja *offline* responden menurunkan penilaian dikarenakan konsumen membatasi untuk keluar rumah.

Kata Kunci:

Perilaku Konsumen, Pengeluaran Konsumen, *Structural Equation Model*, *Wilcoxon Signed Rank Test*, Covid-19, Pandemi.

ABSTRACT

Infectious diseases have become a challenge for the entire world due to their impact on various sectors and also everyday life. Covid-19 is an infectious disease that has been confirmed in December 2019 and is determined to be a pandemic-level disease. Changes in the situation that occur make consumers change their shopping habits. Individual and environmental differences are factors that influence consumer behavior and have an impact on consumer spending. Information technology that continues to evolve to help people meet their needs.

In this research, the process of identifying factors that influence consumer behavior and expenditure is carried out before and when Covid-19 uses the Structural Equation Model to build and test existing theoretical models. This study also uses the Wilcoxon Signed Rank Test to compare conditions of consumer behavior in meeting their needs and consumer spending in DKI Jakarta.

This research was conducted on 241 respondents in DKI Jakarta. This study concludes that consumer behavior affects spending on before and during a pandemic. Before the Covid-19 pandemic, the environment significantly affected consumer behavior with factors measured by social class, culture, and personal influence. Comparison of consumer behavior at the time of the pandemic in the need for a sense of security did not change significantly, while other indicators experienced changes. Comparison of consumer spending when Covid-19 is a change in every indicator, on spending shopping offline respondents reduce valuation because consumers restrict to leave the house.

Keywords:

Customer Behaviour, Customer Expenditure, Structural Equation Model, , Wilcoxon Signed Rank Test, Covid-19, Pandemic.