

## INTISARI

Perilaku belanja *online* merupakan intensitas minat belanja produk yang dilakukan di dalam *e-commerce* atau *m-commerce*. Konsumen akan memiliki keputusan saat mempertimbangkan pilihan produk yang akan dibeli *online*. Banyaknya spesifikasi produk yang sama atau berbeda di dalam *e-commerce* membuat konsumen memiliki preferensi yang berbeda satu sama lain. Konsumen pun akan memiliki intensitas yang berubah apabila terjadi peralihan situasi seperti yang sedang terjadi saat ini. Situasi pandemi covid-19 akan menyebabkan kebiasaan belanja berubah sebelum adanya wabah dan selama terjadi wabah tersebut. Saat terjadi kondisi ini maka penting bagi penelitian ini untuk mengetahui pengaruh waktu terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja *online*.

*Apparel* dan Masker kesehatan adalah produk yang dipilih selama dua pergeseran waktu (sebelum dan selama pandemi covid-19). Masker kesehatan dipilih karena adanya aturan dari pemerintah untuk kewajiban memakai masker saat seseorang keluar dari tempatnya dan untuk melindungi diri dari virus covid-19. *Apparel* dipilih karena merupakan produk favorit yang terus dicari dalam *e-commerce*. empat survei disebarluaskan secara *online* di media sosial dan didapatkan total sampel 699 secara keseluruhan. Sebanyak 625 sampel dari empat *survey* dilanjutkan untuk analisis, *Mann-Whitney U Test* dan *Partial Least Square* digunakan untuk pengujian statistik.

Perilaku konsumen belanja *online* secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa perubahan situasi dari akhir tahun 2019 menuju situasi pandemi covid-19 di awal tahun 2020 dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam belanja *online*. Intensitas belanja *online* dari peralihan situasi ini salah satunya dapat disebabkan juga oleh faktor internal dan eksternal dari konsumen pria dan wanita. Produk *apparel* tetap menjadi produk favorit selama perubahan situasi tersebut dibandingkan dengan masker kesehatan. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kenaikan frekuensi belanja *online* dan spesifikasi produk yang dibutuhkan konsumen.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen Belanja *Online*, Pandemi Covid-19, *Apparel*, Masker Kesehatan, *E-Commerce*

## ABSTRACT

*Customer online shopping behaviour is the intensity of interest in product shopping in e-commerce or m-commerce. Consumers will have a decision when considering the choice of products variety to buy online. The number of the same or different product specifications in e-commerce makes consumers have different preferences from one to another. Consumers will also have a shift intensity if there is a change in the situation as is currently happening. The covid-19 pandemic situation will cause shopping habits to alter before the outbreak and during the outbreak. When this condition occurs, it is important for this study to determine the effect of time on consumer behaviour in online shopping.*

*Apparel and Health masks are the products that have been selected for two shifts (before and during the Covid-19 pandemic). Health masks were chosen because of government regulations for the obligation to wear masks when someone comes out of their place and to protect themselves from the Covid-19 virus. Apparel was chosen because it is a favourite product that is constantly sought after in e-commerce. At least four surveys were distributed online on social media and got a total responds sample of 699 overall. A total of 625 samples from the four surveys were continued for analysis, the Mann-Whitney U test and Partial Least Square were used for statistical testing.*

*As a whole summary, online shopping consumer behaviour can be concluded that a circumstance by time which in the end of 2019 heading to the pandemic situation by the beginning of 2020 could affected consumer online buying behaviour.. The intensity of online shopping from this shift in the situation can be caused by internal and external factors even between man and women costumers. Apparel products are the preferable products even though there were changing condition rather than the health mask products . This is indicated by an increase in online shopping frequencys also with product specifications needed by customers.*

**Keywords:** *Online Customer Shopping Behavior, Pandemic Covid-19, Apparel, Health Mask, E-commerce.*