

INTISARI

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh jenis virus corona yang baru ditemukan. Melalui kebijakan pemerintah, pembatasan aktivitas masyarakat untuk memutus rantai penyebaran virus berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada sektor perekonomian. Kebijakan tersebut telah membatasi gerak masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Atas tanggapan hal tersebut, para pelaku usaha terpaksa mengubah strategi baru untuk mengikuti pola konsumen ke arah digital atau *online*. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengaruh yang diberikan oleh harga dan kepercayaan untuk membentuk keputusan pembelian barang secara *online* saat pandemi Covid-19 pada masyarakat yang ada di Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan analisis deskripsi kuantitatif dengan penelitian *explanatory research* atau penjelasan. Sampel penelitian ini sejumlah 103 responden yang diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dalam penelitian ini yaitu adalah *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisioner yang diisi sendiri oleh responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Setelah melewati proses pengujian, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian barang secara *online* saat pandemi Covid-19, pembentukan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang secara *online* saat pandemi Covid-19, pembentukan kepercayaan juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang secara *online* saat pandemi Covid-19.

Kata kunci : harga, kepercayaan, keputusan pembelian secara *online* saat pandemi Covid-19.

ABSTRACT

Covid-19 is an infectious disease caused by a newly discovered type of corona virus. Through government policies, restrictions on community activities to break the chain of virus spread have an effect on business activities which then have an impact on the economic sector. The policy has limited the movement of people to meet their needs. In response to this, business actors were forced to change new strategies to follow consumer patterns towards digital or online. This study discusses how the influence given by price and trust to shape purchasing decisions online during the Covid-19 pandemic on people in Yogyakarta. The type of research used is a quantitative descriptive analysis approach with explanatory research or explanation. The sample of this study was 103 respondents who were taken using a non-probability sampling technique in this study, namely purposive sampling. The data in this study were obtained through questionnaires that were filled out by the respondents themselves. The analysis used in this study is multiple linear regression analysis. After going through the testing process, the results of this study indicate that price and trust simultaneously significantly influence the decision to purchase goods online during the Covid-19 pandemic, price formation has a positive and significant effect on decisions to purchase goods online during the Covid-19 pandemic, The formation of trust also has a positive and significant impact on decisions to purchase goods online during the Covid-19 pandemic.

Keywords : online purchasing decision during the covid-19 pandemic, price, trust.