

Abstrak

Pandemic Covid-19 juga berdampak di Indonesia, yang disebabkan oleh virus dapat menyerang kekebalan tubuh dan mudah menyebar. Pandemi ini mampu mengubah gaya hidup masyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhannya. Pada masa pandemi Covid-19 juga mengakibatkan persentase belanja masyarakat semakin tinggi. Meskipun masyarakat kehilangan pekerjaan dan mahasiswa yang tidak mendapatkan uang saku setiap bulan mereka mampu membeli kebutuhan, dan hanya mengikuti trend yang terjadi saat masa pandemi Covid-19. Semakin sering seseorang menghabiskan waktunya dirumah, mereka cenderung untuk mengakses *online shop*, menjadikan peningkatan pada perilaku pembelian yang mengakibatkan adanya pembelian secara cepat dan tiba-tiba (*impulsif*), begitu juga sebaliknya semakin jarang seseorang menghabiskan waktunya untuk mengakses *online shop* mengakibatkan keputusan membeli yang akan menjadikan adanya pembelian secara cepat dan tiba-tiba (*impulsif*). Teori yang digunakan adalah Teori integrasi informasi (*information integration theory*) dan konsistensi, teori ini merupakan teori yang berada pada kelompok pemikiran atau tradisi sibernika, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel data melalui kuesioner Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana semakin tinggi pengaruh gaya hidup hedonisme maka akan diikuti oleh semakin tingginya keputusan membeli di Tokopedia pada pengguna Tokopedia, dengan kontribusi sebesar 62,0%, sedangkan sisanya sebesar 38,0% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diluar penelitian.

Kata Kunci : Covid 19, *Online Shop*, Hedonisme, Tokopedia

Abstract

The Covid-19 pandemic has also had an impact on Indonesia, which is caused by a virus that can attack the immune system and spread easily. This pandemic has been able to change people's lifestyles, especially in meeting their needs. During the COVID-19 pandemic, it also resulted in a higher percentage of public spending. Even though people have lost their jobs and students don't get pocket money every month, they are able to buy necessities and only follow the trend that occurred during the COVID-19 pandemic. The more often someone spends their time at home, they tend to access the online shop, increasing their buying behavior, which results in quick and sudden (impulsive) purchases, and vice versa, the less often someone spends time accessing the online shop, resulting in a buying decision that will result in purchases quickly and suddenly (impulsive). The theory used is the theory of information integration (information integration theory) and consistency, this theory is a theory that is in a group of thoughts or cybernic traditions, and uses quantitative research methods by taking data samples through questionnaires. The results showed that the hedonistic lifestyle had a significant positive effect on purchasing decisions, where the higher the influence of the hedonistic lifestyle, the higher the decision to buy at Tokopedia for Tokopedia users, with a contribution of 62.0%, while the remaining 38.0% is the influence or contribution of other variables not examined outside the study.

Keywords : covid 19, online shop, hedonism, tokopedia