

## ABSTRAK

Berdasarkan studi pendahuluan yang penulis lakukan melalui wawancara langsung kepada orang-orang yang bertindak sebagai pengatur keuangan di sebuah keluarga terkait perubahan pembelian selama pandemi covid-19 menunjukkan persepsi dan perilaku pembelian yang bervariasi. Penelitian lebih lanjut mengenai dampak pandemi covid-19 terhadap perubahan perilaku membeli konsumen terhadap pengambilan sikap dalam memutuskan untuk membeli suatu barang maupun jasa. Hal ini perlu dilakukan karena di Indonesia merupakan negara yang tidak memberlakukan *lockdown* sehingga kondisi ini akan menimbulkan perilaku yang berbeda dengan kondisi yang terjadi di luar negeri. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perubahan perilaku pembelian konsumen di Indonesia terhadap kebutuhan pokok barang dan jasa selama masa pandemi covid-19 di Indonesia dan faktor-faktor yang berperan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen di Indonesia terhadap kebutuhan pokok barang dan jasa sebelum dan selama pandemi covid-19. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 30 orang konsumen. Analisis data menggunakan *structural equation modeling*. Berdasarkan hasil penelitian, perubahan perilaku pembelian konsumen di Indonesia terhadap kebutuhan pokok barang dan jasa selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia adalah pada pergeseran dari pola pembelian offline menjadi online, serta adanya pergeseran dari pembelian produk yang dibelinya selama pandemi Covid-19 yang beralih dari pos untuk kegiatan *travelling*, pembelanjaan kebutuhan pakaian maupun kebutuhan tersier beralih pada produk kesehatan seperti penyanitasi tangan, vitamin dan masker, maupun kuota data yang mendukung aktivitas *work from home* maupun aktivitas belajar bagi yang sudah memiliki anak usia sekolah. Faktor yang berperan menentukan keputusan pembelian tersebut adalah adanya kenyamanan, harga bersaing dan kualitas produk kesehatan.

**Keywords:** perilaku konsumen, pandemi, Covid-19