

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 pertama kali terdeteksi di Tiongkok, Wuhan, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19). *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) adalah virus penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Untuk mencegah COVID-19 diantaranya dengan mencuci tangan, menggunakan *hand sanitizer*, menjaga jarak dan selalu menggunakan masker saat beraktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *information overload* terhadap *intention to make unusual purchases* melalui *perceived severity* pada masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* kepada 100 responden masyarakat Kota Bandung dengan jumlah populasi sebanyak 2.510.103,00 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan *path analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan analisis deskriptif variabel *information overload* dan *perceived severity* masuk dalam kategori sangat tinggi dan variabel *intention to make unusual purchases* masuk dalam kategori tinggi. Selain itu, variabel *information overload* berpengaruh signifikan terhadap *perceived severity* sebesar 46,92%. *Information overload* berpengaruh signifikan terhadap *intention to make unusual purchases* sebesar 6,25%. *Perceived severity* berpengaruh signifikan terhadap *intention to make unusual purchases* sebesar 19,80%. *Information overload* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *intention to make unusual purchases* melalui *perceived severity* sebesar 30,48%.

Kata Kunci: *Information Overload, Perceived Severity, Intention to Make Unusual Purchases, Pandemi COVID-19*