

ABSTRAK

Wabah virus *Covid-19* membuat pola hidup masyarakat berubah dikarenakan harus menyesuaikan dengan keadaan, salah satu di antaranya adalah proses belajar mengajar yang beralih dari offline ke online. Ruangguru sebagai bimbingan belajar belajar online, menjadi pilihan banyak pelajar dalam mengembangkan *skill* pembelajaran di tengah kondisi *post pandemic Covid-19* saat ini. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen saat *post pandemic Covid-19* terhadap keputusan pembelian produk Ruangguru dengan menggunakan pendekatan SOR melalui *Situation* dan *Object* sebagai *Stimulus*, *Consumer* sebagai *Organisms*, dan *Purchase Decision* sebagai *Response*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden kepada konsumen yang pernah menggunakan produk Ruangguru selama *post pandemic Covid-19*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kausal menggunakan SEM-PLS. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Penelitian ini menemukan jika dari kelima hipotesis yang diteliti dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk Ruangguru di saat kondisi *post pandemic Covid-19* dengan menggunakan pendekatan model SOR.

Kata Kunci: *SOR, Situation, Object, Consumer, Purchase Decision*