



**ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Nurul Wida Arisma

NIM 140210301023

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Nurul Wida Arisma

NIM 140210301023

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan
mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Disusun Oleh :

Nurul Wida Arisma

NIM 140210301023

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari jaman jahiliyah menuju ke jaman yang terang benderang ini, dengan segala ketulusan dan keikhlasan, bangga serta bahagia saya persembahkan skripsi ini sebagai rasa cinta, kasih, sayang, serta perwujudan tanggung jawab saya kepada:

1. Yang kuhormati dan kucintai Ayahanda Sugito dan Ibunda Rumbiyati yang telah memberikan dukungan moril, materi serta do'a yang tiada henti demi kesuksesanku. Ucapan terimakasih tidak akan pernah cukup untuk membalas ayah dan ibu, maka terimalah persembahan bakti, cinta dan kasihku untuk ayah dan ibu. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, umur panjang, rejeki melimpah, ampunan dan pertolongan serta membalas semua dengan surga-Nya;
2. Kakak saya tercinta Rudi Utomo dan istri Diyah, serta seluruh keluarga besar yang telah mengajarkan saya arti sabar, ikhlas dan syukur agar menjadi pribadi yang jauh lebih baik;
3. Guru-guruku sejak TK hingga Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu yang tidak ternilai harganya;
4. Almamater tercinta Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTTO

“kepuasan terletak pada usaha, bukan pada hasil. Berusaha dengan keras adalah kemenangan yang haqiqi”

(Mahatma Ghandi)

“ Tidak penting seberapa lambat anda berjalan, selama anda tidak berhenti”

(Confucius)

MahatmaGhandi.2015.<https://coretandmc.wordpress.com/2015/08/08/kumpulan-kata-bijak-tentang-pendidikan-dari-tokoh-dunia/> diakses pada tanggal [5 Desember 2019]

Confucius.2015.<https://coretandmc.wordpress.com/2015/08/08/kumpulan-kata-bijak-tentang-pendidikan-dari-tokoh-dunia/> diakses tanggal [5 Desember 2019]

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Wida Arisma

Nim : 140210301023

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “**Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan data dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 Januari 2020

Yang Menyatakan

Nurul Wida Arisma

Nim 140210301023

SKRIPSI

**ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**

Oleh :

Nama : Nurul Wida Arisma
NIM : 140210301023
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Tahun Angkatan : 2014
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 29 Oktober 1996

Disetujui,

Dosen Pembimbing Utama,

Dosen Pembimbing Anggota,

Dr. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP. 19660323 199301 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*” telah diuji dan disahkan pada :

Hari, Tanggal : Jum’at, 24 Januari 2020

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Tim Penguji :

Ketua Penguji,

Sekretaris,

Dr. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP. 19660323 199301 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Online Shop Dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember, Nurul Wida Arisma, 140210301023; 2020; Halaman 65; Jurusan Pendidikan IPS Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Perkembangan teknologi komunikasi semakin maju dan canggih menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya. Adapun kemajuan teknologi tersebut tidak lepas dari kelebihan dan kekurangan. *Online Shop* ini merupakan fasilitas yang disajikan internet yang memberikan berbagai macam kemudahan bagi penggunanya, salah satunya yaitu untuk belanja sesuai keinginan pembeli, kapanpun dan dimanapun. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti termotivasi untuk mengkaji penelitian dengan judul Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Perumusan masalah yang akan diungkapkan dalam penelitian ini mengenai (1) Bagaimana gaya hidup konsumtif mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember akibat adanya *online shop*. (2) Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember berperilaku konsumtif. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Kampus Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember, informan berjumlah 5 orang informan utama.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yaitu dengan belanja lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan informan itu sendiri. Saat ini para mahasiswa banyak mengkonsumsi barang bukan didasarkan pada kebutuhan mereka, melainkan hanya karena keinginan untuk menjaga penampilan, hanya sekedar ikut-ikutan teman, karena banyak diskon, sekedar coba-coba dan mengikuti trend. Konsumsi mahasiswa terhadap produk

fashion tidak lain hanya karena untuk menjaga penampilan mereka supaya terlihat sempurna. Perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: Gaya Hidup Mewah, Pengaruh dari keluarga, Iklan , Mengikuti Trend, Pengaruh lingkungan pergaulan/teman sebaya dan Uang Saku



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. Penyusun skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, secara khusus disampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Kayan Swastika, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Wiwin Hartanto, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
5. Dr. Pudjo Suharso, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Sukidin, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini;
6. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Dr. Sri Kantun, M.Ed selaku dosen penguji II yang telah berkenan memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini;
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember atas ilmu, bimbingan dan didikan selama menjadi mahasiswa Pendidikan Ekonomi;
8. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
9. Mahasiswa Program Studi Manajemen

10. Kedua orangtuaku tercinta, Ayahanda Sugito dan Ibunda Rumbiyati yang telah memberikan dukungan moril maupun materil dan do'a yang tiada batas;
11. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini;
12. Teman-teman kos yang selalu menjadi keluarga, memberikan motivasi dan doa serta dukungannya;
13. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah berupa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jember, 24 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN	vii
PENGESAHAN	viii
RINGKASAN	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2.TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 <i>Online Shop</i>	9
2.3 <i>Fashion</i>	12
2.4 Gaya Hidup Konsumtif.....	13
2.5 Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Gaya Hidup Konsumtif.....	21
2.6. Kerangka Berpikir Penelitian	26

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Subjek dan Informan Penelitian	30
3.4 Definisi Operasional Konsep	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1 Jenis Data	32
3.5.2 Sumber Data.....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6.1 Pengamatan (Observasi Partisipasi Pasif).....	33
3.6.2 Wawancara Mendalam.....	34
3.6.3 Dokumen.....	34
3.7 Metode Analisis Data	34
3.8 Keabsahan Data.....	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
4.2. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Gambaran Informan Penelitian	39
4.2.2. <i>Online Shop</i> Di Kalangan Mahasiswa	42
4.2.3. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.	45
4.2.4. Faktor yang menyebabkan terjadinya Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember	49
4.3. Pembahasan.....	58
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 6



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian 28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Matrik Penelitian.....	54
Lampiran B. Tuntunan Penelitian.....	55
Lampiran C. Pedoman Wawancara Penelitian	73
Lampiran D. Transkrip Reduksi Data	76
Lampiran E. Transkrip Wawancara	77
Lampiran F. Dokumentasi Penelitian	99
Lampiran G. Lembar Konsultasi	98
Lampiran H. Surat Penelitian	103
Lampiran I. Daftar Riwayat Hidup	104



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju dan canggih menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunaannya. Adapun kemajuan teknologi tersebut tidak lepas dari kelebihan dan kekurangan. Masyarakat dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto, hingga berbelanja. Perkembangan teknologi dan internet membawa banyak perubahan dalam gaya hidup.

Online Shop merupakan fasilitas yang disajikan internet yang dapat memberikan berbagai macam kemudahan. *Online shop* atau belanja *online* mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini di latar belakang oleh minat dan ketertarikan seorang konsumen untuk melakukan transaksi *online* yang terus meningkat. Dapat dilihat dari banyak bermunculan berbagai situs *online shop* seperti Shopee, Lazada.co.id, Bukalapak.com, Bibli.com, Tokopedia.com, Elevenia.co.id, Bhinneka.com, OLX.co.id serta *online shop* yang ada di *instagram*, BBM dan *facebook*. *Online Shop* dapat memicu masyarakat untuk berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas menunjukkan pada tahun 2012 mahasiswa cenderung memiliki minat untuk berbelanja *online* dengan angka sebesar 19,9%. Umumnya mahasiswa melakukan belanja *online* bukan didasarkan kebutuhan semata, melainkan hanya demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang yang lebih dikenal dengan perilaku konsumtif atau perilaku konsumerisme (Hasugian dalam Sari, 2015:3). Mahasiswa sebagai sasaran utama atau yang dijadikan sebagai objek karena sebagian pembeli *online* adalah wanita.

Mahasiswa perguruan tinggi negeri di Jember yang terlihat lebih menonjol dalam hal fashion adalah mahasiswa Universitas Jember. Universitas Jember

terdiri dari 15 Fakultas dan lebih dari 70 Program Studi atau Jurusan. Salah satu Fakultas yang ada di Universitas Jember adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang terdiri beberapa program studi, mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis sudah menunjukkan adanya perilaku konsumtif dimana dalam hal fashion lebih masa kini atau sering kita sebut *up to date* dibandingkan dengan mahasiswa fakultas lainnya. Program studi manajemen adalah salah satu program studi yang terdapat di fakultas ekonomi yang mayoritas mahasiswanya memiliki perilaku konsumtif khususnya dalam hal fashion.

Iklan-iklan yang ada pada *online shop* yang menawarkan banyak sekali kemudahan, maka akan menimbulkan keinginan dalam diri mahasiswa untuk membeli produk di *online shop* tersebut. Jika suatu pembelian dilakukan berdasarkan keinginan, maka hal itu dapat memicu suatu perilaku konsumsi yang tinggi karena iklan-iklan produk yang ditawarkan semakin banyak maka dorongan dalam diri mahasiswa semakin tinggi untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut. Banyaknya iklan-iklan produk di *online shop* akan lebih mudah menarik minat beli konsumen tanpa memikirkan manfaat dari suatu barang yang akan di beli.

Penyebab mahasiswa melakukan pembelian melalui *online shop* bukan hanya dari pengaruh iklan-iklan yang ditawarkan di *online shop*, namun bisa juga dari pengaruh lingkungan sekitar, seperti lingkungan pertemanan. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Menurut Shaw (dalam Hotpascaman S.,2010: 39) untuk dapat diterima dan bergabung menjadi anggota kelompok sebaya, seorang remaja harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan tuntutan kelompok sebaya. Mahasiswa yang tidak dapat memenuhi harapan dan tuntutan kelompok sebaya memiliki kemungkinan besar untuk ditolak dalam kelompok pertemanannya sehingga hal semacam ini akan berpengaruh pada kehidupan sosial seseorang.

Selain itu, keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok teman sebaya membuat sebagian mahasiswa merasa tidak berdaya untuk menghadapi tekanan yang datang dari teman-temannya. Jika teman sebayanya membeli

produk dari *online shop* dan ia juga harus menggunakan produk yang sama, ia akan berusaha untuk dapat memiliki produk tersebut. Hal itu serupa dengan hasil wawancara awal yang dilakukan pada mahasiswa pada Kamis 12 Desember 2018 yang berinisial CR mengatakan bahwa:

“ *Aku sering beli online kak terutama baju. Fashion itu menurut aku yang utama kak, karena tau sendiri bahwa FE (Fakultas Ekonomi) termasuk yang paling hits di UNEJ. Jadi sebagai mahasiswa FE harus menjaga penampilan dan mengikuti trend yang ada kak.* “(CR, 20 tahun)

Penyebab lainnya yang mendorong mahasiswa untuk belanja *online shop* adalah karena mengikuti *trend* yang sedang berkembang saat ini. Semakin hari, semakin banyak produk - produk baru yang ditawarkan oleh *online shop* sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut. Ketika telah mendapatkan suatu produk yang sedang *tren* dan banyak diminati akan muncul rasa kepuasan tersendiri di dalam diri mahasiswa, misalnya produk fashion yang semakin berkembang pada saat ini. Para mahasiswa ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti *mode* atau *fashion* yang sedang *tren* dalam menunjang penampilan mereka.

Fenomena tersebut menjelaskan adanya *online shop* menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa. Mahasiswa cenderung berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan, melainkan sesuai dengan hasrat belanjanya. Berbelanja hanya untuk kesenangan saja tidak ada alasan yang pasti. Penyebab mahasiswa berbelanja di *online shop* yaitu iklan *online shop*, lingkungan pertemanan dan *tren* yang berkembang saat ini. Mahasiswa yang menjadi objek penelitian yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Objek tersebut dipilih stigma di lingkungan mahasiswa yang mengatakan mahasiswa ekonomi selalu mengikuti perkembangan *fashion trend* masa kini dan memiliki gaya hidup konsumtif. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti termotivasi untuk mengkaji **Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.**

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan permasalahan yang ada di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya hidup konsumtif mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember akibat adanya *online*?
2. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember berperilaku konsumtif ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan bentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember akibat adanya *online shop*.
2. Mendeskripsikan faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember berperilaku konsumtif.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian

1. Bagi peneliti, mendapat pengalaman baru, wawasan dalam mengaplikasikan teori yang telah di peroleh di bangku kuliah dan sebagai wadah untuk memperoleh pengetahuan baru dalam bidang penelitian dan penulisan karya ilmiah.
2. Bagi pihak yang diteliti, sebagai tambahan ilmu pengetahuan.
3. Bagi pembaca, dapat dijadikan referensi ketika ingin melakukan kajian yang sama.

4. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan akademik sebagai tambahan referensi dan bahan kepustakaan serta sebagai sumbangan ilmu pengetahuan.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang kajian teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Landasan penelitian ini meliputi : (1) Tinjauan penelitian terdahulu, (2) Kerangka teoritik, (3) Kerangka berpikir.

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Temuan	Nama Jurnal
1.	Riska Nur Diana (2016)	Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Sosial dan Hukum UNESA Akibat Adanya Online Shop Jilbab	Bentuk gaya hidup konsumtif yang ditunjukkan mahasiswa FISH dalam berbelanja jilbab secara online meliputi dua nilai yang menonjol yaitu simulakra dan nilai tanda.	Kajian moral dan kewarganegaraan. Volume 02 Nomor 04 Tahun 2016, 677-692
2.	Rifa Dwi Setyaning Anugrahati (2014)	Gaya Hidup <i>Shopaholic</i> sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta	Belanja menjadi sebuah gambaran perilaku konsumtif yang sulit untuk diubah. Faktor faktor yang menyebabkan gaya hidup shopaholi pada mahasiswa UNY antara lain yaitu: (1) gaya hidup mewah, (2) pengaruh dari keluarga, (3) iklan, (4) mengikuti trend, (5) banyaknya pusat-pusat perbelanjaan, (6) pengaruh lingkungan pergaulan.	Skripsi

No	Nama	Judul	Temuan	Nama Jurnal
3.	M. Sofiyan Arianto (2016)	Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Mahasiswa: Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Pengguna Online Shop Di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Motif yang ditunjukkan mahasiswa meliputi ikut-ikutan teman, ingin selalu update barang terbaru, penampilan gambar bagus, lebih murah, dan menghemat waktu. Gaya hidup mahasiswa hedonis ditunjukkan dari gaya berpakaian yang mengkontruksi citra diri yang gaul di lingkungan kampus	Skripsi
4.	Muhammad Ikhsan (2016)	Gaya Hidup Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa (Studi Deskriptif Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Di Kota Banda Aceh)	Gaya hidup konsumtif mahasiswa di Kota Banda Aceh tercermin dari kegemarannya dalam mengonsumsi produk-produk bermerk di pusat perbelanjaan modern, dan kegemaran mahasiswa ngumpul di café-café yang lagi terkenal, mewah, dan modern, juga kegemarannya makan di restoran makanan cepat saji. beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa di Kota Banda Aceh ialah: lingkungan perkotaan, lingkungan pergaulan (teman sebaya), dan pengaruh teknologi dan informasi.	Skripsi
5.	Eva Melita Fitria (2015)	Dampak Online Shop Di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda	Perempuan di Samarinda telah aktif menggunakan instagram menjadi semakin konsumtif dalam hal berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan yang didasari karena keinginan untuk menjaga penampilan wujud identitas diri	eJournl Ilmu Komunikasi, volume 3, nomor 1, 2015: 117-18
6.	Fajrul Ahmad	Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk	Gaya hidup shopaholic mahasiswa dapat dilihat	Thesis

No	Nama	Judul	Temuan	Nama Jurnal
	Amiruddin (2018)	Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar)	dari segi penampilan serta cara bergaulnya. Faktor- faktor yang menyebabkan gaya hidup shopaholic pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar antara lain yaitu: gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend, banyaknya pusat- pusatperbelanjaan, pengaruhlingkungan pergaulan	
7.	Anisa Qodaryl Thohiroh (2015)	Perilaku Konsumtif Melalui <i>Online Shopping Fashion</i> Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Perilaku konsumtif terjadi karena adanya pengaruh dar lingkungan sekitar. Melakukan perilaku berbelanja secara berlebihan, berbelanja karena kesenangan, pembelian impulsive.	Skripsi
8.	Nurul Wida Arisma (2019)	<i>Online Shop</i> dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember		Skripsi

Beberapa penelitian diatas menjadi rujukan penelitian pengembangan ini dengan tambahan beberapa teori dan mengacu beberapa tahapan serta melihat hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa media saat ini merupakan salah satu wadah penyebaran gaya hidup yang sangat cepat, dengan adanya media apapun dapat diakses oleh masyarakat, dalam media apapun dapat dilihat, termasuk adanya pasar *online* yang menawarkan barang dagangan kepada masyarakat. Hal tersebut membawa dampak terhadap gaya hidup masyarakat yang mulai menyukai dan melakukan pembelian barang bukan atas dasar kebutuhan melainkan karena keinginan. Gaya hidup konsumtif seseorang terjadi karena adanya ketertarikan tersendiri, keinginan untuk selalu mengkonsumsi dan mendapatkan sesuatu yang di inginkan.

2.2 *Online Shop*

Belanja *online* (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan juga *real-time* tanpa suatu media perantara yaitu melalui Internet (Mujiyana & Elissa, 2013:67). *Online shopping* atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan pihak penjual atau pihak pembeli secara langsung (Sari, 2015:134).

Jadi, belanja *online* adalah proses jual-beli barang, jasa dan lain-lain yang dilakukan secara *online* tanpa bertemu dahulu antara penjual dan pembeli.

Online shop tersedia selama 24 jam sehari, yang membuat lebih banyak konsumen yang mengakses lewat internet kapan dan di mana pun. *Online shop* menjelaskan produk yang dijual dengan baik dari segi kemasan ataupun kualitasnya, melalui teks, foto dan file multimedia, juga dengan video yang mereka buat hanya untuk memasarkan barang yang mereka jual. Mereka juga menyediakan informasi produk, prosedur keselamatan, saran, dan cara penggunaannya, fasilitas untuk berkomentar di setiap postingan seperti di instagram ataupun aplikasi lainnya, memberi nilai pada barangnya dengan cara like atau dengan comen jika mereka puas dengan barang yang dibeli, akse, fasilitas *real-time* menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan, sehingga mempercepat mendapat kata sepakat pembelian dari berbagai vendor pemilik *online shop*.

Menurut Wicaksono (2008:93) *online shop* adalah sebuah *website* yang digunakan untuk menjual produk melalui internet dimana pada saat sekarang ini perkembangan toko *online* di Indonesia cukup pesat. *Online shop* sendiri merupakan sarana ataupun toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *online shop* dapat melihat barang-barang hanya ditoko *online* atau hanya dengan melihat di handphone (Sari, 2015:10). Haubl dan Trifts (2000:67) mendefinisikan belanja dengan melalui media internet sebagai pertukaran/aktivitas jual-beli yang dilakukan seorang konsumen melalui alat penghubung komputer sebagai dasarnya, dimana komputer atau handpho

konsumen terhubung dengan internet dan bisa berinteraksi dengan retailer atau toko maya yang menjual produk atau jasa melalui jaringan.

Berdasarkan pendapat diatas, disimpulkan bahwa *online shop* adalah jual beli melalui internet. Pembeli hanya dapat melihat barang melalui katalog yang sudah disediakan oleh penjual. Internet menjadi hal yang sangat penting dalam *online shop*. Menurut Ollie Sari(2015:4), manfaat dari belanja melalui online shopping adalah memberikan kemudahan bagi pelanggan karena pelanggan juga dapat memesan produk - produk dalam waktu 24 jam sehari di manapun berada sehingga tidak perlu ribet; adanya kejelasan informasi karena pelanggan dapat memperoleh beragam informasi komparatif tentang produk dan pesaing tanpa meninggalkan pekerjaan yang dilakukan oleh pelanggan; dan tingkat keterpaksaan yang lebih.

Online shop menjadi salah satu bisnis yang berpeluang besar karena tidak adanya batasan pasar dan semua orang dapat mengakses bisnis website. Pasar bisnis menjadi sangat besar dan bisnis ini juga buka 24 jam (tidak membatasi waktu). Bisnis online memang berbeda dengan bisnis konvensional dan yang membedakan adalah sarana yang digunakan oleh kedua bisnis tersebut. Jika dalam bisnis konvensional (offline), para pihak yang berperan dalam bisnis bertemu dan berinteraksi langsung di suatu tempat di dunia nyata, maka pada bisnis online para pihak yang berperan dalam dunia bisnis online bertemu dan berinteraksi di dunia maya melalui internet tanpa batasan waktu dan wilayah. Salah satu faktor terpenting dalam bisnis online adalah kepercayaan. Artinya, antara pihak satu dengan lainnya harus memiliki rasa kepercayaan terhadap satu sama lain. Selama menjalankan bisnis online, antara pihak memang tidak bertemu secara langsung.

Menurut Juju & Maya, (2010:178) kelebihan toko *online* dibandingkan dengan toko konvensional adalah : 1) Modal yang dibutuhkan untuk membuka toko *online* relatif kecil, karena tidak adanya biaya untuk sewa tempat dan hanya cukup dirumah dan melayani pembeli lewat handphone tidak perlu tatap muka, 2) Tingginya biaya operasional sebuah toko konvensional menjadikan toko online lebih menguntungkan bsgi penjual, 3) Toko *online* buka 24 jam dan dapat

diakses dimana saja dan kapan saja. 4) Konsumen dapat mencari dan juga melihat katalog produk dengan lebih cepat karena hanya dengan membuka aplikasi yang sudah tersedia, 5) Konsumen dapat mengakses beberapa toko *online* dalam waktu yang bersamaan. Sedangkan keuntungan toko *online* bagi pembeli adalah sebagai berikut: 1) Menghemat waktu dan tenaga kita serta biaya akan tetapi ada biaya tambahan berupa ongkir, apalagi jika barang yang ingin dibeli hanya ada di luar kota. 2) Barang bisa langsung diantar ke rumah dengan sistem COD. 3) Pembayaran juga dapat dilakukan secara transfer, maka transaksi pembayaran akan lebih aman bisa lewat ATM. 4) Harga juga lebih bersaing antara toko online satu dengan yang lainnya.

Menurut Sari (2015:110), semakin banyaknya *online shop* dengan berbagai macam barang yang diperjual belikan, jika ingin memesan juga dengan cara yang sangat mudah. Banyak hal yang menyebabkan seseorang lebih memilih belanja *online* karena memiliki banyak kelebihan. Berikut ini kelebihan dari *online shop* diantaranya : 1) Tidak terikat tempat dan waktu, terutama bagi anda orang yang sibuk sehingga tidak sempat berbelanja dengan datang ke toko ataupun pasar. 2) Banyak pilihan toko online yang menyediakan ragam produk yang anda inginkan. 3) Menghemat waktu dan juga tenaga, karena tidak perlu berkeliling mal atau toko, anda cukup meluangkan waktu sebentar dengan membuka *internet* dan tentu saja anda akan terhindar dari kemacetan jalan raya yang akan menyita waktu terlalu lama. 4) dapat membandingkan produk dan harga dengan toko *online* lainnya dengan waktu yang bersamaan, sehingga lebih banyak pilihan. 5) Proses belanja yang mudah, cukup memesan barang, dan pembayaran biasanya dapat melalui *internet/mobile banking* tinggal menunggu dan selanjutnya barang akan dikirim. Selain kelebihan ada juga kekurangan dari belanja *online*, antara lain: 1) Sering terjadi penipuan barang tidak dikirim setelah dilakukan pembayaran atau transfer uang. 2) Fisik dan kualitas barang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena kita hanya dapat melihat melalui foto yang ada di websitenya. 3) Dikenakan biaya transportasi atau pengiriman, sehingga ada biaya tambahan jika barang yang dibeli berada diluar kota tempat kita tinggal. 4) Tidak dapat melihat langsung dan mencoba secara barang yang

dipesan secara langsung. 5) Butuh waktu agar barang sampai ditempat karena proses pengiriman sampai dengan 2 atau 3 hari tergantung jaraknya.

2.3 Fashion.

Fashion adalah istilah umum untuk gaya atau mode. *Fashion* merupakan tanda dari suatu periode waktu, seringkali *fashion* menggambarkan suatu kebudayaan, perasaan, pemikiran, dan gaya hidup seseorang dalam satu kurun waktu (Wibisono, 2008). *Fashion* dan wanita merupakan dua hal yang tidak terpisahkan antara satu dengan yang lainnya (Savitrie, 2008).

Menurut Jean Baudrillard dalam Ritzer (2006:160) *fashion* adalah dalam satu pengertian, tahapan akhir bentuk komoditas “Dengan percepatan dan perkembangan pesan, informasi, tanda dan model, maka *fashion* sebagai lingkaran total dan dunia komoditas linier akan selesai”. Seperti yang terjadi saat ini perkembangan teknologi memudahkan kita semua untuk mendapatkan berbagai informasi termasuk iklan. Jean Baudrillard menyelidiki dunia *fashion* sebagai sebuah paradigme dominasi kode. Dalam *fashion*, semua yang kita lihat adalah “permainan sederhana penanda-penanda”. Tidak hanya itu saja *fashion* tidak merujuk pada segala sesuatu yang nyata, bahkan ia juga tidak menggiring ke manapun. *Fashion* sendiri tidak menciptakan segala-galanya, tetapi hanya menciptakan kode. Artinya, *fashion* diciptakan tidak “menurut determinasinya sendiri, melainkan dari model itu sendiri itulah sebabnya ia tidak pernah diciptakan tetapi selalu dan serta merta direproduksi. Model itu sendiri menjadi satu-satunya”.

Kampus saat ini tak lagi hanya menjadi tempat bagi seseorang dalam menuntut ilmu dan mengkaji pendidikan yang lebih tinggi. Namun kampus kini juga telah menjadi ajang trend *fashion*. Terbukti dari banyaknya mahasiswa yang mengenakan pakaian dengan bermacam-macam gaya yang menarik mata untuk melihatnya. *Fashion* saat ini beraneka ragam macamnya. Dimulai dari pakaian, celana, jilbab, tas, sepatu, kutek, behel (kawat gigi), pemakaian softlense, kalung, gelang, jam tangan dan sebagainya. Hal-hal tersebut sebagai penunjang dalam berpenampilan oleh seseorang.

Mahasiswa membelanjakan uangnya untuk membeli suatu produk apapun termasuk *fashion* tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka akan sandang, tetapi lebih dari itu. Mahasiswa tidak lagi melihat nilai guna dari produk *fashion* yang mereka konsumsi tetapi melihat tanda di balik produk *fashion* yang mereka konsumsi. Tanda di balik pakaian yang melekat pada tubuhnya, tas yang membebani pundaknya, jam yang melingkar di pergelangan tangannya, sepatu yang menemani langkahnya kemana mereka pergi. Memakai sebuah produk bermerk “A” bukan karena produk A itu lebih nyaman dipakai akan tetapi produk bermerk “A” mempunyai yang lebih tinggi dibandingkan dengan merk lainnya.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *fashion* adalah gaya atau mode yang sedang berkembang di kalangan masyarakat, *fashion* itu sendiri beraneka ragam mulai dari pakaian, celana, jilbab, tas, sepatu, jam tangan, behel atau kawat gigi, softlens, kalung, dan gelang.

2.4 Gaya Hidup Konsumtif

Menurut teori Baudrillard (2004:46), logika konsumsi masyarakat bukan lagi berdasarkan *use value* atau *exchange value* melainkan hadir nilai baru yang disebut “*symbolic value*”. Maksudnya disini seseorang tidak mengkonsumsi suatu objek berdasarkan nilai tukar atau nilai guna, melainkan karena nilai tanda/symbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Hal tersebut disebabkan karena beberapa bagian dari tawaran iklan ini justru tidak dapat memperhatikan keunggulan produk, melainkan dengan menyerang rasa sombong tersembunyi dalam diri manusia, produk ditawarkan sebagai simbol prestise & gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dalam diri pemakainya.

Teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan Jean Paul Baudrillard tersebut memberikan penjelasan mengenai adanya nilai guna dan nilai tanda (*simulacra*) dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Pada nilai guna masyarakat membeli suatu barang berdasarkan apa yang dibutuhkan bukan apa yang diinginkan sedangkan pada nilai tanda membeli atas dasar iming-iming, membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk karena

menjaga symbol status, membeli produk karena iklannya yang menarik pembeli dan membeli produk lebih dari dua pada merk yang sejenis.

Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan seseorang untuk membeli barang-barang yang dapat dikatakan kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi dikenal istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja) orang yang terjebak didalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan mana yang keinginan. Konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata-mata bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan (Barry, 2014:90). Oleh karena itu, arti kata konsumtif (*consumptive*) itu adalah boros atau perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Konsep perilaku konsumtif sebenarnya amat variatif, akan tetapi pada intinya perilaku konsumtif adalah membel atau menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Perilaku konsumtif menurut Rosandi (2014:124) adalah suatu perilaku dimana seseorang membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi yaitu ingin selalu membeli sesuatu yang baru. Suatu keinginan dalam mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosi dari pada rasio. Karena adanya pertimbangan - pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk, lebih menitikberatkan pada status sosial, mode, dan kemudahan dari pada nilai pertimbangan ekonomis.

Gaya hidup saat ini menjadi sebuah *trend* atau identitas baru dimana hal itu yang dipakai oleh seseorang dalam mengukur tingkat kemapanan seseorang (Tambunan, www.psikologi.net, 2011). Pengertian lain gaya hidup menurut para ahli yaitu: Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam

aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya (Susanto, 2006).

Gaya hidup juga merupakan *frame* yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu, terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk image di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya (Widiastuti, 2009). Untuk merefleksikan image inilah, dibutuhkan simbol-simbol atau status tertentu yang sangat berperan mempengaruhi perilaku konsumsinya. Sebuah gaya hidup memungkinkan dapat digunakan sebagai cara yang mudah untuk mengenal dan pembedaan kelompok-kelompok dalam masyarakat. Seolah-olah dengan gaya hidup yang ditunjukkan oleh kelompok sosial dapat diidentifikasi kehadirannya dalam lingkungan. Gaya adalah satu wahana dimana seseorang dapat dinilai dan menilai orang lain. Gaya sebagai wahana pendefinisian diri (*self*), selain itu gaya juga merupakan wahana untuk memahami masyarakat baik gaya dalam sebuah konsumsi.

Gaya juga sebagai elemen pembentuk kesadaran yang total dan dahsyat tentang dunia sebagai informasi dan sebagai pembentuk citra dari diri sendiri. Seseorang cenderung ingin memiliki sesuatu yang mencerminkan gaya, karena dengan gaya seseorang dapat mendefinisikan dirinya sendiri. Oleh karena itu gaya hidup juga diartikan sebagai pola (durasi, intensitas, kuantitas) penggunaan waktu, ruang dan barang di dalam kehidupan sosial. Gaya hidup dibentuk didalam ruang social (*social space*), yang di dalamnya terjadi sintesis antara aktivitas belanja dan kesenangan. Manusia mengaktualisasikan dirinya lewat motivasi kehidupan. Di dalam dunia konsumerisme, apapun itu dapat dikonstruksi sebagai bagian dari gaya hidup, selama dapat dirubah menjadi citra, tanda dan gaya.

Gaya hidup adalah cara seseorang mengkonsumsi waktu dan juga uangnya untuk mengaktualisasikan dirinya. Gaya hidup menunjukkan dimana orang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-

lambang sosial. Gaya hidup secara umum didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya.

Konsep gaya hidup yang dipakai dalam penelitian ini adalah cara seseorang dapat menampilkan identitas dirinya lewat penggunaan waktu, uang dan juga barang. Untuk mengungkap suatu gaya hidup dapat dilihat dari barang-barang yang dimiliki, yang dikonsumsi, dan yang dipakai untuk sehari-hari dan yang biasanya bersifat modis, trendi. Untuk dapat mencapai sesuatu gaya hidup yang diinginkan, maka biasanya seseorang harus pula mengeluarkan biaya lebih atau ekstra untuk memenuhi segala apa yang diinginkannya. Pengeluaran atau biaya yang berlebihan tersebut dapat memicu seseorang mengkonsumsi barang dan jasa dengan konsumtif. Gaya hidup konsumtif (Pratiwi, 2012:67) meliputi seluruh kelompok masyarakat termasuk mahasiswa.

Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan juga keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif yang ada di kampusnya sehingga memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Tetapi, kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas dikalangan mahasiswa dan terjadi akulturasi sosial budaya tinggi dalam mempertahankan prestise dari masing-masing individu. Sebelum terjadi globalisasi dan modernisasi masih banyak mahasiswa yang berorientasi ke masa depan dan jarang melakukan hal-hal yang aneh. Berbeda dengan sekarang, mahasiswa berubah dalam hal berpakaian, pergaulan, pemakaian uang dan kebutuhan lain yang menjadi berlebihan, tidak sesuai kebutuhan.

Kotler dalam Chrisnawati dan Abdullah (2011: 4) berpendapat bahwa sikap konsumtif dapat muncul karena individu kurang dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan, dan permintaan.

1. Kebutuhan (*Human need*). Kebutuhan adalah sesuatu hal yang harus segera dipenuhi oleh individu. Kebutuhan tersebut pada umumnya

kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat tetapi merupakan hakikat biologis dari kondisi manusia.

2. Keinginan (*Want*). Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Keinginan itu muncul karena kebutuhan yang bervariasi. Meskipun kebutuhan manusia sedikit tetapi keinginan manusia tidak ada habisnya serta terus diperbaharui oleh kekuatan dan lambang sosial.
3. Permintaan (*Demands*). Permintaan adalah keinginan seseorang akan sebuah produk yang spesifik dan juga didukung oleh kemampuan dan ketersediaan daya beli individu.

Menurut Sumartono (2002:119), definisi perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Secara operasional, indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Mahasiswa membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan oleh pihak online shop jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen seperti mahasiswa sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi seseorang untuk dapat membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik, tidak penting seberapa berguna atau tidak barang tersebut.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan dirinya dan juga gengsi. Mahasiswa mempunyai keinginan membeli barang yang tinggi, karena pada umumnya seorang mahasiswa mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar mahasiswa selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Seorang mahasiswa membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri dari pada kebutuhan lainnya.
4. Membeli produk karena atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya). Mahasiswa cenderung berperilaku yang

menunjukkan adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah untuk menunjang penampilannya.

5. Membeli produk hanya sekedar untuk menjaga simbol atau status. Mahasiswa mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Disini mahasiswa cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk penggunaan atau membeli segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Seorang mahasiswa juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Mahasiswa sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbukan rasa percaya diri. Dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Mahasiswa akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Menurut Chaney(dalam Suyanto, 2013: 139) gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan orang yang lainnya. Gaya hidup atau life style adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan sdi dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler, 2002:192).

Menurut Piliang (dalam Adlin, 2006:10), beberapa sifat umum dari gaya hidup antara lain: 1) Gaya hidup sebagai sebuah pola, yaitu sesuatu yang dilakukan atau ampil secara berulang-ulang; 2) Yang mempunyai massa atau pengikut sehingga tidak ada gaya hidup yang sifatnya personal; dan 3) Mempunyai daur hidup (*lifecyle*), artinya ada masa kelahiran, tumbuh dan puncak.

Menurut Subandy (dalam Ramadhan, 2012:15) ada beberapa beberapa bentuk gaya hidup, yaitu gaya hidup mandiri, gaya hidup hedonis, dan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup mandiri adalah suatu pola hidup dimana seorang individu bebas menentukan pilihan dalam hidupnya akan tetapi harus punya bertanggung jawab atas hidupnya. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya lebih menekankan dalam mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang dengan keramaian, suka membeli barang mahal yang disukainya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Gaya hidup konsumtif sebuah pola hidup untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya tidak di perlukan secara berlebihan untuk mencapai sebuah kepuasan yang dapat dikatakan maksimal.

Gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Menurut Schiffman(2004:30), gaya hidup konsumtif jika dilihat dari sisi positifnya akan memberikan sebuah dampak:

1. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan butuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
2. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan karena konsumen akan berusaha menambah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.
3. Menciptakan pasar bagi produsen pihak penjual, karena bertambahnya jumlah barang yang akan dikonsumsi masyarakat maka produsen akan membuka pasar-pasar baru guna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Menurut Widyosiswoyo (2009:34), sisi negatifnya gaya hidup konsumtif akan berdampak pada :

1. Pola hidup boros akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang itu diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
2. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uang mereka dibandingkan menyisihkan untuk ditabung.
3. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang karena hanya akan memikirkan kesenangan sesaat, seseorang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa yang akan datang.

Konsumtif bagian dari pada gaya hidup dimana gaya hidup (*lifestyle*) yaitu pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia didalam masyarakat. Gaya hidup menunjukkan dimana seseorang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial. Gaya hidup secara umum didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasarkan kebutuhan tapi hanya karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan , keinginan ataupun permintaan.

2.5 Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Gaya Hidup Konsumtif

Kotler dan Armstrong (dalam Putri, 2013), mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif adalah faktor budaya (serangkaian nilai perilaku, persepsi, referensi perilaku melalui sebuah proses sosialisasi serta interaksi terhadap lingkungannya), faktor sosial (kelompok referensi), faktor pribadi (usia, pekerjaan, dan status sosial ekonomi), faktor psikologi (motivasi, emosi, persepsi, dan sikap). Menurut Lina dan Rasyid (dalam Fardhani & Umi, 2013), aspek gaya hidup konsumtif yaitu meliputi aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian yang berlebihan. Menurut Sumartono (2002:119), indikator gaya hidup konsumtif yaitu dengan membeli produk karena iming-iming sebuah hadiah, membeli produk karena kemasannya yang menarik, membeli sebuah produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli suatu produk hanya karena atas pertimbangan harga (bukan berdasarkan manfaat yang dapat diperoleh dari suatu produk dan atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena adanya unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, mencoba lebih dari dua produk sejenis (dengan merek berbeda), serta munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Menurut pendapat Kotler dalam Suyanto (2013:120) gaya hidup konsumtif disebabkan oleh empat faktor, yaitu terdiri dari faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Menurut Swasta dan Handoko (2008:), perilaku seorang tidak lepas dari faktor-faktor yang menyebabkan seorang cenderung berperilaku konsumtif, begitu juga dengan terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa, antara lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal. Faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasilbelajar dan sumber daya konsumen. Faktor internal meliputi:

1. Sikap, berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang telah dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap sesuatu hal. Melalui sikap, individu memberi respon positif atau negatif terhadap gaya. Keadaan jiwanya telah dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, serta kebudayaan dan juga lingkungan sosialnya.
2. Pengalaman dan pengamatan, pengalaman mempengaruhi pengamatan terhadap sosial dalam tingkah laku seseorang. Pengalaman diperoleh dari tindakan di masa lalu. Hasil dari pengalaman sosial ini akan membentuk pandangan terhadap suatu objek. Seseorang tertarik dengan suatu gaya hidup tertentu berdasarkan pengalaman dan pengamatan.
3. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Kepribadian ini mempengaruhi selera yang dipilih seseorang, sehingga mempengaruhi pula bagaimana gaya hidupnya.
4. Konsep diri, menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image suatu merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek tertentu. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.
5. Motif, perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar, maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup konsumtif.
6. Persepsi adalah proses dimana seseorang dapat memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan budaya. Faktor eksternal yang menyebabkan gaya hidup konsumtif meliputi:

- 1) Kelompok referensi

Kelompok acuan (*Reference Group*) seorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku anggota kelompok tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang itu dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman-teman, tetangga, dan rekan kerja maupun kelompok sekunder seperti juga keagamaan, kelompok profesi, serikat kerja. Kelompok referensi memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting di dalam suatu masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Orientasi keluarga dalam kehidupan pembeli dapat dibedakan menjadi dua, yang terdiri dari orangtua itu sendiri dan saudara kandung seseorang. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung juga akan mempengaruhi pola hidupnya.

3) Kelas sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2002:42) yaitu: golongan atas, golongan menengah, dan golongan bawah. Menurut Engel, et.al., (2010: 47), kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial pada dasarnya, semua masyarakat memiliki stratifikasi sosial. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan para anggotanya menganut sistem nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Mereka dibedakan status sosio ekonomi yang berjarak dari yang rendah hingga yang tinggi. Status sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen

yang berbeda (misalnya, merek dan model mobil yang dikendarai dan model pakaian yang disukai). Kelas sosial juga mempengaruhi gaya hidup. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan dan peran. Hierarki kelas sosial dalam masyarakat menentukan pilihan gaya hidup.

4) Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, serta moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku di dalam kehidupan sehari-hari sebagai anggota masyarakat (Mangkunegara, 2002:39). Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Kotler, 2002:224). Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, juga kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, yang meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan jua bertindak.

Faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif antara lain yaitu: gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, serta iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan (Amiruddin, 2018). Penjelasan faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif sebagai berikut:

1. Gaya hidup mewah

Gaya hidup mewah adalah suatu pola hidup yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian (Priansa, 2017: 185). Mahasiswa dimana yang yang merupakan bagian dari masyarakat yang tidak sedikit yang mengkonsumsi suatu produk karena

dorongan atau motivasi dari adanya suatu keinginan hedoni atau sebaliknya diluar alasan ekonomi, seperti rasa senang, fantastis, social dan bahkan pengaruh emosional. Tentunya hal tersebut mengakibatkan mahasiswa cenderung konsumtif. Kebutuhan dan juga keinginan tidak memahami motivasi mereka secara mendalam apakah barang dan juga jasa yang mereka peroleh atau gunakan sesuai dengan keinginan yang dinilai sebagai alat pemuas atau hanya menjaga status emata.

2. Pengaruh dari Keluarga

Seorang mahasiswa dari keluarga dengan status ekonomi yang tinggi secara idak langsung dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtifnya. Dukungan finansial yang cukup cenderung membuat seseorang dengan mudah untuk membelanjakan uangnya. Popularitas orang tua juga termasuk dalam faktor sosiologis. Anak yang berasal dari keluarga terpandang banyak dikenal orang, dan akan memperhatikan penampilan dan gaya busana untuk menjaga popularitasnya dan kelas sosialnya (Aprilia dan Hartoyo, 2013: 86)

3. Iklan

Iklan media *online* ini menarik perhatian mahasiswa karena barang dapat dipesan secara online, lebih praktis, dan diproses dalam waktu relatif singkat. Iklan online juga selalu mengkomunikasikan pesan termasuk nama produk dan atau layanannya dan bagaimana produk tersebut berpotensi menguntungkan bagi konsumen (Kumar dalam Krisdianto, 2016: 84). Iklan memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian seorang konsumen, hal ini menunjukkan bahwa iklan menggambarkan kualitas dan harga suatu produk memotivasi calon konsumen dan cenderung disebabkan oleh faktor emosional untuk mewujudkan pembelian meskipun barang tidak terlalu dibutuhkan.

4. Trend

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard dalam Aresa (2012 :75), mahasiswa selalu mengikuti trend masa kini. Terlebih lagi mahasiswa yang memiliki gaya hidup mewah, dengan mengikuti trend dapat digunakan sebagai upaya penunjuk status sosial mereka kepada lingkungan sekitar. Dengan mengikuti perkembangan model berbagai macam pakaian, tas, serta

sepatu merupakan pilihan mereka yang selalu ingin tampil trend dan menjadi trendsetter dalam pergaulan.

5. Lingkungan pergaulan/ Temen Sebaya

Kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan tentang perilakunya. Kelompok akan mempengaruhi tiga hal dalam diri seseorang yaitu menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya hidup, memengaruhi perilaku dan konsep pribadi, serta menciptakan tekanan untuk mematuhi pilihan atau merek suatu produk. Faktor sosial seperti saja kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status memengaruhi perilaku konsumen dalam hal membeli barang. Kelompok referensi yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang (Kotler dalam Krisdianto: 2016: 81).

Fenomena penelitian menunjukkan mahasiswa memiliki gaya hidup konsumtif disebabkan oleh iklan dan kelompok referensi, Iklan-iklan produk di *online shop* menari minat beli mahasiswa tanpa memikirkan manfaat dari suatu barang. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Berdasarkan fenomena dan penjelasan teori diatas, penelitian ini akan mendeskripsikan faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa yang meliputi gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan.

2.6. Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir ini dibuat untuk memberikan gambaran penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai bagaimana gaya hidup konsumtif mahasiswa dan faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa (gaya hidup mewah, keluarga, iklan, tren dan lingkungan pergaulan). Gaya hidup konsumtif dalam penelitian ini akan mendeskripsikan perilaku mahasiswa yang dilihat dari aktivitas dan minat berbelanja *online* yang berorientasi pada kesenangan sebagai faktor utama serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhannya.

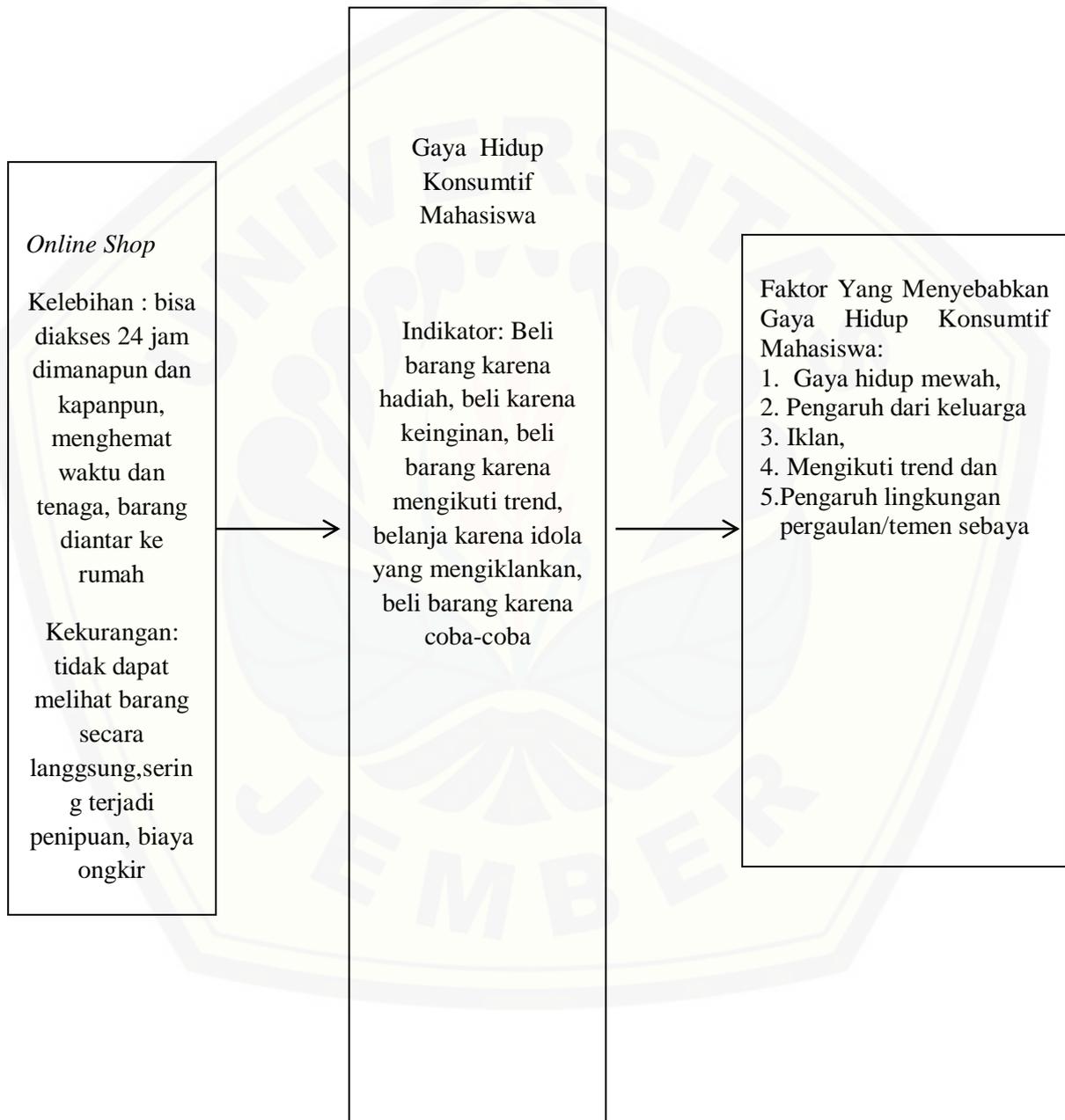
Faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa yang diamati dalam penelitian ini meliputi gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan.

1. Gaya hidup mewah dalam penelitian ini melihat perilaku mahasiswa yang merupakan bagian dari masyarakat tidak sedikit yang mengkonsumsi suatu produk karena dorongan atau motivasi dari adanya suatu keinginan hedonis atau sebab lainnya diluar alasan ekonomi, seperti rasa senang, fantastis, social dan bahkan pengaruh emosional.
2. Keluarga dalam penelitian ini melihat kondisi dukungan finansial keluarga dan status sosial orang tua. Dukungan finansial yang cukup cenderung membuat seseorang mudah untuk membelanjakan uangnya. Popularitas orang tua juga termasuk dalam faktor sosiologis. Anak yang berasal dari keluarga terpandang banyak dikenal orang, dan akan memperhatikan penampilan dan gaya busana untuk menjaga popularitasnya dan kelas sosialnya.
3. Iklan dalam penelitian ini melihat bagaimana iklan menggambarkan kualitas dan harga suatu produk memotivasi mahasiswa dan mempengaruhi emosional mahasiswa untuk mewujudkan pembelian meskipun barang tidak terlalu dibutuhkan.
4. Trend dalam penelitian ini melihat bagaimana perilaku mahasiswa mengikuti trend dan bagaimana trend tersebut digunakan sebagai upaya penunjuk status sosial mereka kepada lingkungan.
5. Lingkungan sekitar/teman sebaya dalam penelitian ini melihat bagaimana kelompok akan mempengaruhi perilaku dan gaya hidup serta menciptakan tekanan untuk mematuhi pilihan atau merek suatu produk.

Fenomena penelitian menunjukkan mahasiswa memiliki gaya hidup konsumtif disebabkan oleh iklan dan kelompok referensi, Iklan-iklan produk di *online shop* menarik minat beli mahasiswa tanpa memikirkan manfaat dari suatu barang. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Berdasarkan fenomena dan penjelasan teori diatas, penelitian ini akan mendeksripsikan faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa

yang meliputi gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan.

Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian



BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bab yang membahas tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Bab ini memaparkan (1) Pendekatan penelitian, (2) Lokasi penelitian, (3) Subjek penelitian dan informan penelitian, (4) Definisi operasional konsep, (5) Jenis dan sumber data, (6) Teknik pengumpulan data, (7) Teknik analisis data dan (8) Keabsahan data.

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini untuk memperoleh suatu gambaran tentang *online shop* dan gaya hidup konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, maka peneliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif sebagai mana yang diungkapkan oleh Bogdan dan Taylor (1975:5) dalam Moleong (2001 :3) sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau informan dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan, meringkas berbagai situasi dan kondisi objek penelitian secara nyata.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive area*, yaitu menentukan tempat penelitian berdasarkan kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan dan berlokasi di kampus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Adapun alasan peneliti memilih lokasi atau wilayah ini menjadi objek penelitian, karena adanya stigma mahasiswa bahwa mahasiswa ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember memiliki gaya hidup konsumtif yang ditunjukkan dengan selalu mengikuti *trend fashion* masa kini.

3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Menurut Moleong (2016:132) informan merupakan orang yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan sebuah informasi tentang situasi dan kondisi.

Subjek dan informan penelitian digunakan untuk memudahkan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Maksudnya, disini orang yang dijadikan informan dalam penelitian tersebut dianggap paling mengerti dan tahu tentang apa yang menjadi pada objek penelitian. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Informan dibagi menjadi dua berdasarkan fungsinya, yaitu:

3.1.1 Informan Pokok (*Primary Informant*)

Informan pokok merupakan subjek yang memberikan sumbangan data utama dalam penelitian. Pengambilan informan pokok dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, peneliti menentukan satu informan, setelah diperoleh informan satu maka peneliti mencari data yang dibutuhkan dan ketika data yang diperoleh belum memuaskan, maka peneliti akan mencari informan dua dan apabila data yang diperoleh masih belum memuaskan, maka peneliti akan mencari informan tiga dan begitu seterusnya sampai data yang diperoleh jenuh dan peneliti tidak mendapat alternative jawaban baru maka berhenti di informan tersebut.

3.1.2 Informan Tambahan (*Secondary Informant*)

Informan tambahan merupakan orang dianggap tahu tentang gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa atau informan pokok. Informan tambahan dalam penelitian ini adalah teman kuliah dan teman kos informan pokok.

3.4 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional konsep merupakan ruang lingkup dalam penelitian agar langkah selanjutnya tidak menyimpang dari dari objek penelitian. Definisi operasional konsep dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Online Shop*

Online shop adalah jual beli melalui internet.

2. *Fashion*

Fashion adalah gaya atau mode yang sedang berkembang di masyarakat, fashion itu sendiri beraneka ragam mulai dari pakaian, celana, jilbab, tas, sepatu, jam tangan, behel atau kawat gigi, softlense, kalung, dan gelang.

3. Gaya hidup konsumtif

Gaya hidup konsumtif dalam penelitian ini adalah perilaku mahasiswa yang dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukan dan minat berbelanja *online* yang berorientasi pada kesenangan sebagai faktor utama serta lebih mementingkan keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*). Gaya hidup konsumtif mahasiswa dimana mahasiswa membelanjakan uang yang dimilikinya untuk membeli hampir semua jenis produk *fashion* seperti yang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar akan sandang, tetapi lebih dari itu. Mahasiswa tidak melihat nilai guna dari produk *fashion* yang mahasiswa konsumsi akan tetapi melihat tanda di balik suatu produk *fashion* yang mereka konsumsi.

4. Faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif

Faktor yang dapat menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa yang diamati dalam penelitian ini meliputi gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti *trend* dan pengaruh lingkungan pergaulan.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Data primer (data utama) adalah data penelitian ini yang diperoleh secara langsung dari lapangan atau sumber asli (tidak melalui perantara) berupa keterangan informan dan wawancara. Dalam hal ini, data yang dihimpun oleh peneliti adalah catatan hasil dari wawancara tentang *online shop* dan gaya hidup konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Jember. Data tersebut diperoleh melalui informan yang berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan atau ditanyakan oleh peneliti.
- b. Data sekunder adalah yang dapat peroleh dari penjelasan-penjelasan secara teoritis yang tertuang di dalam kepustakaan ilmiah dan maupun non ilmiah yang berkaitan dengan tema penelitian. Ketersediaan sumber data ini menjadi salah satu pertimbangan peneliti dalam memilih masalah penelitian.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah subyek dari mana sebuah data dapat di peroleh. Menurut Lofland (dalam Moleong, 2001:112) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dalam wawancara dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data yaitu penyedia informasi yang mendukung menjadi pusat perhatian peneliti. Sumber data pada penelitian ini di peroleh dari :

1. Informan inti, yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang berbelanja *online* lebih dari 2 kali dalam satu bulan.
2. Informan tambahan, yaitu teman satu kosan dan teman satu kampus dengan informan inti yang mengetahui keseharian dan aktifitas dari informan utama.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2017:224) Teknik pengumpulan data ini adalah langkah yang paling strategis didalam sebbuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Penelitian kualitatif dalam pengumpulan data dilakukan berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Perolehan data dapat dilakukan melalui teknik sebagai berikut:

3.6.1 Pengamatan (Observasi Partisipasi Aktif)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan (observasi) secara langsung pada informan pokok yang akan diteliti oleh penliti, yaitu pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipasi aktif. Observasi partisipasi pasif dalam hal ini peneliti datang langsung ketempat yang akan dijadikan penelitian dan diamati, serta terlibat langsung dalam kegiatan penelitian. Data yang ingin diperoleh melalui observasi ini adalah cara belanja, keseharian yang dilakukan informan, gaya hidup yang diterapkan atau ditunjukkan seorang informan.

3.6.2 Wawancara Mendalam

Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara secara mendalam, dengan menggunakan wawancara mendalam peneliti dapat mengetahui apa yang sebenarnya terjadi dengan menggali informasi pada informan. Wawancara ini juga dilakukan dengan mendatangi tempat kos ataupun kampus subjek penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Peneliti juga melakukan wawancara dengan informan tambahan yaitu teman kos untuk mendapatkan data tambahan dengan menanyakan keseharian dan gaya hidup informan pokok.

Bentuk wawancara yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara tak berstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sebelumnya, peneliti hanya menggunakan garis besarnya permasalahan yang akan diteliti. Saat melakukan wawancara peneliti menggali berbagai informasi berdasarkan apa yang telah diceritakan oleh informan sampai mencapai tujuan penelitian. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan yang lebih terbuka lagi dengan pihak-pihak yang diajak wawancara, disini peneliti perlu mendengarkan dengan teliti dan mencatat atau merekam apa yang dikemukakan informan.

3.6.3 Dokumen

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Menurut Sugiyono (2017:240) dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen sebagai sumber data. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang diperlukan dengan jalan mencatat dan mempelajari data-data yang didapat dilokasi penelitian.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data kualitatif, Bogdan (dalam Sugiyono, 2017:244) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dengan mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan

kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, dan memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh peneliti diri sendiri maupun untuk orang lain.

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif ini, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti melanjutkan pertanyaan lagi, sampai pada tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman mengemukakan pendapat yaitu bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivita dalam analisis data, yaitu: *data collection, data reduction, data display, dan conclusions drawing/verification* (Sugiyono, 2017:246).

Langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2017:246) adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data (Data Reduction), data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak untuk maka untuk itu perlu dicatat secara teliti dan sangat rinci. Mereduksi sebuah data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan juga polanya. Dengan begitu data yang akan direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, bila diperlukan.
2. Penyajian data (Data Display), yaitu dengan menyajikan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi selama penelitian berlangsung. Setelah itu perlu adanya perencanaan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun

dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk. Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Verifikasi data (Conclusions Drawing/Verification), yaitu merupakan langkah terakhir dalam teknik analisis data. Verifikasi data dilakukan apabila kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan ada perubahan apabila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali lagi kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel atau dapat dipercaya.

3.8 Keabsahan Data

Sebuah penelitian harus bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya agar hasil penelitian yang dilakukan dapat dipercaya oleh orang lain. Agar penelitian dapat dipercaya oleh orang lain, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu (Sugiyono, 2017:125). Peneliti memilih menggunakan teknik triangulasi karena teknik ini memudahkan peneliti menghilangkan perbedaan-perbedaan kejadian yang ada di lapangan. Dalam menggunakan teknik triangulasi peneliti dapat memeriksa hasil temuan dilapangan dengan cara membandingkan dengan beberapa sumber, teknik maupun waktu sehingga memperoleh data yang valid. Hasil temuan atau data yang di peroleh dinyatakan valid dalam penelitian kualitatif apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Teknik triangulasi digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan berbagai sumber, baik dari data itu sendiri maupun dari luar yang

bertujuan untuk membandingkan data yang dihasilkan. Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Triangulasi Sumber, yaitu mengecek data yang diperoleh dengan membandingkan melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data (Sugiyono, 2014:274).
2. Triangulasi Teknik, yaitu menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar (Sugiyanto, 2014:274).
3. Triangulasi Waktu, yaitu mengumpulkan data dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya (Sugiyono, 2014:274).

Penelitian ini menggunakan keabsahan data dengan teknik triangulasi waktu. Teknik triangulasi waktu ini dilakukan untuk memperoleh data dengan cara melakukan wawancara, observasi dan teknik lain sampai memperoleh data yang valid.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini akan menjelaskan pembahasan mengenai hasil penelitian yaitu Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Adapun hasil penelitian dan pembahasannya adalah sebagai berikut:

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di gedung utama Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen. Meskipun penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, namun subjek penelitiannya hanya terfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu Program Studi Manajemen. Tenaga pengajar atau dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ hingga tahun 2019 yakni sebanyak 18 dosen. Sedangkan data mahasiswa Manajemen FEB adalah sebanyak 1.239 mahasiswa.

Lokasi dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dimana sebagian kecil mahasiswa akan dijadikan responden dalam penelitian. Berikut visi dan misi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) yaitu :

Visi :

“Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember Menjadi Fakultas yang Unggul dan Profesional dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi di Indonesia.”

Misi :

1. Melaksanakan tata kelola fakultas yang transparan dan akuntabel;
2. Melaksanakan dan mengembangkan pendidikan akademik dan vokasi yang berkualitas, berwawasan entrepreneurship serta bereputasi nasional dan internasional;

3. Mengembangkan kajian ekonomi, small and medium sized enterprises dan akuntansi berorientasi publik melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang kreatif, inovatif dan berwawasan lingkungan;
4. Mengembangkan jejaring kerjasama dengan stakeholders di dalam dan di luar negeri.

4.1.2 Gambaran Informan Penelitian

Informan adalah seseorang yang dapat memberikan suatu informasi yang dibutuhkan peneliti. Penelitian ini menggunakan dua macam informan yaitu informan inti atau pokok dan informan tambahan. Informan pokok adalah orang yang mengalami dan melakukan aktivitas itu, sedangkan informan tambahan adalah orang yang mengetahui akan aktivitas tersebut. Berikut akan dijelaskan tentang deskripsi informan inti/pokok dan informan tambahan penelitian :

4.1.2.1 Deskripsi Informan Inti Penelitian

Informan inti dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Subyek penelitian dalam studi kasus ini terdiri dari lima orang yang merupakan mahasiswa aktif prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang gemar berbelanja melalui media *online shop*. Penentuan subyek berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis sebelum permasalahan yang dikaji dan ditetapkan. Pemilihan subyek lebih ditekankan pada alasan dan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian

Subyek dari informan inti terdiri dari lima mahasiswa perempuan dan tidak terdapat subyek laki-laki. Hal ini dikarenakan belanja *online* yang peneliti temui di lapangan lebih didominasi oleh perempuan daripada laki-laki dan penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Berikut ini adalah profil informan penelitian dalam gaya hidup konsumtif pengguna *online shop* yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember :

a) CR

CR merupakan mahasiswa Manajemen berasal dari Banyuwangi dan memilih melanjutkan kuliah di Jember untuk melanjutkan pendidikannya di jenjang S1 dan berstatus sebagai mahasiswa aktif di Universitas Jember. Di Jember CR tinggal di kos bersama teman-teman dari Universitas yang sama dan teman-teman dari semenjak SMA. CR merupakan salah satu mahasiswa yang sering melakukan berbelanja di *online shop*. CR ini sebenarnya sudah mengenal *online shop* sejak duduk di bangku SMA kan tetapi tetapi hanya sekedar mengecek harga dan hanya untuk melihat-lihat saja dikarenakan tidak berani untuk berbelanja melalui *online shop*. Ia mulai berani dan aktif belanja *online* pada saat kuliah.

b) ST

ST mahasiswa ini berasal dari kota Jember tepatnya Ambulu. Ia kos di Jalan Anggur XI Patrang, ST kos bersama teman-teman waktu SMAnyanya. ST merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. ST juga sudah mulai aktif berbelanja di *online shop* sejak ia masih SMA kelas 3 sudah sekitar 3 tahun yang lalu yang berawal dari coba-coba untuk belanja hingga memunculkan rasa ketergantungan untuk berbelanja di *online shop* sampai sekarang. ST juga merupakan seseorang yang sering melakukan transaksi jual beli melalui media *online shop*. Ketika ia berbelanja di *online shop* tidak hanya sendiri terkadang juga mengajak temannya yang sama - sama ingin berbelanja *online shop* untuk meringankan biaya ongkos pengiriman barang yang di pesan.

c) RN

RN ini berasal dari kota Banyuwangi. RN kos di Jalan Bangka No. 5 bersama dengan teman-teman sekampusnya. RN mengenal *online shop* sejak awal masa perkuliahan sekitar 2 tahun yang lalu, ia mengetahui online shop pun dari teman-teman sekitarnya dan juga dapat info dari grub *whatsapp* yang mengundangnya juga dari teman-teman facebook yang berteman dengannya.

d) MG

MG mahasiswa ini berasal dari Puger. Ia tinggal di tempat kos Jalan Bengawan Solo No. 25. MG mengenal *online shop* sejak ia awal masuk kuliah

sekitar 2 tahun yang lalu. Ia pada awalnya mengenal *online shop* dari iklan yang ia lihat di instagram dan di TV. Pada saat itu toko online yang ia coba adalah toko yang ada di Shopee. Setelah itu ia merasa tertarik sehingga aktivitas belanja online tersebut berlanjut hingga sekarang. MG merupakan mahasiswa yang sering melakukan berbelanja melalui media online.

e) FT

FT mahasiswa ini berasal dari Klaten. FT merupakan mahasiswa manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. FT berbelanja di *online shop* sejak ia masih SMA kelas 3 akhir sudah sekitar 3 tahun yang lalu yang berawal dari coba-coba hingga memunculkan rasa kecenderungan untuk berbelanja di *online shop* samai sekarang. Dia bisa disebut dengan mahasiswa yang sering berbelanja di media online shop karena dia sering banget tergoda dengan barang-barang yang ada di *online shop*.

4.1.2.2 Deskripsi Informan Tambahan Penelitian

Informan tambahan dalam penelitian ini adalah seseorang yang dianggap mengetahui peristiwa tersebut dan merupakan teman dekat atau orang yang tau aktivitas informan inti.

a. ER

ER merupakan mahasiswa aktif Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan Universitas Jember. ER berasal dari Banyuwangi. ER dijadikan sebagai informan tambahan karena memiliki hubungan dekat dengan informan tambahan yaitu CR, mereka berasal dari satu daerah yang sama dan berteman sejak SMA hingga sekarang di jenjang perkuliahan, namun mereka memilih meneruskan ke fakultas yang diminati masing-masing. ER dan CR bahkan satu kos yang sama. ER juga mengatakan bahwa mereka sering belanja *online* bersama.

b. GS

GS merupakan mahasiswa aktif Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. GS berasal dari jember. GS dijadikan informan tambahan karena teman dekat dari ST yang merupakan informan pokok dalam penelitian ini. GS berasal dari daerah yang sama dengan informan inti.

4.1.3 *Online Shop* Di Kalangan Mahasiswa

Online shop ini adalah pembaruan dalam masalah belanja, hal semacam ini membuat informan atau konsumen semakin teralihkan dengan adanya berbagai macam aplikasi yang ditawarkan untuk *online shop*. Ditambah lagi dengan berbagai macam kelebihan yang di tawarkan oleh pihak online shop yaitu toko *online* buka 24 jam yang dapat diakses sesuka pembeli, cukup dengan handphone sudah dapat mengakses berbagai macam toko *online* secara bersamaan. Semakin berkembangnya trend jual beli online di Indonesia seperti halnya saat ini, semakin banyak orang yang ingin mencoba melakukan kegiatan tersebut. Entah menjadi penjual ataupun sebagai pembeli, entu saja tetap menginginkan transaksi yang aman dan nyaman. Namun, sayangnya masih banyak pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan kesempatan melakukan modus penipuan dalam bisnis online.

Oleh sebab itu, dalam penelitian ini akan peneliti paparkan tentang seputar gaya hidup konsumtif *belanja online* pada mahasiswa manajemen FEB UNEJ seperti:

a. Kegiatan transaksi dan proses transaksi *belanja online*

Kegiatan transaksi online shop dapat dilakukan melalui aplikasi seperti shopee, intagram, whatsapp, facebook sesuai selera masing-masing karna memiliki kemahuan tersendiri. Seperti yang diungkapkan oleh informan CR bahwa:

“Aku suka belanja online tidak hanya baju aja kak tapi makanan dan minuman juga kak, karena capek mau keluar berpanas-panasan, kalau baju ya biasanya di ig, kalau tas biasanya di shapie martin kak. liat katalog tinggal pesen aja, pengiriman biasanya pakek JNE, JNT, kadang juga sicepat kak. lama pengiriman biasanya 3 sampai 5 hari”.

Berdasarkan ungkapan informan CR dapat dikatakan bahwa dalam melakukan transaksi online sangat mudah, cukup dengan melihat katalog yang ada dan memesannya. Sedangkan pengiriman sangat cepat karna tidak membutuhkan waktu yang lama.

Selain informan CR juga ada informan ST yang berpendapat bahwa transaksi online shop sangatlah mudah:

“aku biasanya liat iklan kalau di shopee ya tinggal pilih mbak, masukkan keranjang belanja ya udah tinggal bayar, gampang tinggal transfer lewat indomaret bisa, trus pengiriman biasanya aku pakai si cepat mbak, lebih murah bagiku barang juga datang lebih cepat”.

Ungkapan informan ST menunjukkan bahwa menggunakan aplikasi shopee sangat mudah karna dapat melihat berbagai macam iklan barang yang informan inginkan serta pembayaran dapat dilakukan di indomaret, selain itu untuk proses pengiriman lebih menyukai menggunakan sicepat karna bagi informan ST menggunakan sicepat lebih cepat daripada yang lain. Hal itu juga sama seperti yang dilakukan informan MG yang lebih suka belanja di shopee dengan segala kemudahan yang ditawarkan.

Selain informan CR, ST ada juga informan FT yang lebih suka transaksi online menggunakan instagram, seperti yang diungkapkan oleh informan FT:

“aku sering liat-liat ig mbak. Kan biasanya di profil ig ada no wa admin atau yang jual itu, nah tinggal wa aja screen shoot gambarnya dikirim terus bayar, udah. Selain itu juga bisa COD kalau belinya di tempat temen sendiri dan biasanya untuk pengiriman udah ada JNE, JNT mbak gampang. Sehari dua hari udah sampai paling lambat 4 harian.

Ungkapan informan FT menunjukkan bahwa dengan belanja online melalui instagram memberikan kemudahan baginya, jika belanja ditempat atau kota yang sama dapat melakukan dengan COD jadi tidak perlu membayar ongkos kirim. Informan FT juga menggunakan jasa pengiriman seperti JNE dan JNT karna bagi informan ST sehari sampai dua hari barang sudah sampai.

Berdasarkan ungkapan informan diatas menunjukkan bahwa segala bentuk online shop baik melalui aplikasi shopee, instagram, whatsapp, facebook semua memberikan kemudahan bagi informan. Transaksi belanja online yang tidak membutuhkan waktu yang lama serta tidak terlalu membuang tenaga. Pengiriman barang membutuhkan waktu dua sampai lima hari tergantung jauh dekatnya jarak.

b. Kelebihan dari *online shop*

Online shop memiliki banyak kelebihan atau kemudahan yang ditawarkan, salah satunya dapat di akses kapan aja dan dimana saja melalui gadget. Hal itulah yang disukai oleh para informan, seperti yang diungkapkan informan CR:

“aku suka belanja online mbak lebih waktu dan hemat tenaga ”.

Ungkapan informan CR diatas dapat dikatakan bahwa dalam belanja online sangat memudahkan informan karna tidak menguras tenaga dan waktu yang informan punya, di dalam kosan pun informan dapat melihat dan melakukan transaksi belanja online. Selain informan CR ada juga informan MG mengatakan hal yang sama bahwa:

“Kalau aku suka belanja online itu ya karna praktis dan tidak ribet. Gak perlu pergi ke tokonya mbak cukup lihat di HP”

Ungkapan informan MG bahwa informan menyukai sesuatu yang simple dan tidak ribet, karna bagi informan MG dengan belanja online dapat menghemat waktu.

Selain informan CR dan informan MG ada juga informan FT yang merasa mendapatkan keuntungan banyak dengan adanya online shop. Seperti yang diungkapkan informan FT :

“merasa diuntungkan banget mbak sebagai mahasiswa gini, waktu dihabiskan dikampus, ngerjain tugas, kalo harus jalan-jalan lagi wes capek. Kalo online kan lebih santai bisa sambil tiduran belanja sesuka ga perlu dapat sinisan dari penjaga toko juga,”

Berdasarkan pernyataan informan diatas, menunjukkan bahwa online shop juga memberikan peluang usaha bagi penggunanya dengan segala kelebihan yang ditawarkan dan bisa untuk siapa saja yang ingin berusaha seperti saja mahasiswa diatas, karena proses transaksi yang mudah dan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Keuntungan yang diperoleh oleh informan adalah hemat waktu dan tenaga serta proses pembayaran yang memudahkan para informan sebagai mahasiswa yang kurang memiliki waktu untuk berbelanja di luar.

c. Kekurangan dan solusi terjadi masalah saat belanja *online*

Online shop tentunya tidak hanya memberikan segala kemudahan tetapi juga mempunyai kekurangan. Banyak kekurangan dari online shop itu sendiri

apabila belanja tidak dengan teliti. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan CR bahwa:

“ aku pernah beli sepatu, size seperti biasanya tapi pas datang gak muat. ya aku orangnya gak mau ribet, mungkin aku gak jeli bacanya ”.

Ungkapan informan CR diatas dapat dikatakan bahwa informan menerima segala kesalahan saat belanja online, informan menyadari atas kekeliruan yang mungkin informan sendiri yang kurang teliti dalam memilih. Namun berbeda dengan informan CR, informan FT melakukan complain kepada pihak penjual seperti yang diungkapkan saat wawancara:

“ pernah beli hijab warna mustard datangnya coklat, pas aku complain penjualnya mau tanggung jawab mbak ngirim yang baru sebagai ganti rugi karna kesalahan saat pengemasan ”

Berdasarkan ungkapan informan FT dapat dilihat bahwa masih ada online shop yang mau bertanggung jawab atas kesalahan seperti salah warna barang. Nasib baik berpihak pada informan ST yang tidak pernah mengalami masalah apapun dalam hal belanja online seperti yang dialami informan lain.

4.1.4 Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa

Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu dan hanya lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhannya. Perilaku konsumtif seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat termasuk mahasiswa. Kebutuhan pokok mahasiswa pada umumnya adalah membayar uang kuliah, buku, alat-alat tulis dan perlengkapan kuliah yang lainnya, akan tetapi berdasarkan pandangan peneliti kenyataannya para mahasiswa ini menggunakan uang di luar kebutuhan pokoknya, seperti pergi menonton ke bioskop, berbelanja pernak-pernik, dan memiliki handphone lebih dari satu, mudah sekali terbujuk iklan-iklan dan barang-barang atau jasa yang ditawarkan di sosial media mereka.

Gaya hidup konsumtif mahasiswa ini ditunjukkan dengan perilaku mahasiswa yang membeli barang karena keinginannya dan bukan pada kebutuhan mereka sendiri. Selain itu mahasiswa juga membeli barang karena hadiah yang

ditawaran atau dapat discount. Hal ini sama seperti hasil wawancara dengan informan CR:

“Aku kadang mager liat-liat instagram trus liat baju kadang tas bagus trus pengen beli, apalagi kadang gratis ongki. Kadang juga promo buy 1 get 1 padahal gak penting kak. Istilahnya lapar mata kak.”

Sama halnya yang diungkapkan oleh MG:

“ Ya aku beli itu karna modelnya lucu trus kadang lagi ngetren jadi beli. liat harga juga pokok pas di dompet “.

Menurut peneliti hal di atas dapat membuktikan bahwa para mahasiswa ini sudah terpengaruh dengan pola hidup yang konsumtif, mereka secara sadar ataupun tidak, sudah terbiasa dengan mengkonsumsi segala sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan oleh seorang mahasiswa. Belanja pada keperluan penampilan (Fashion) sesuai dengan hasil penelitian dan realitas yang ada bahwa perilaku informan ternyata mereka sangat mudah terpengaruh karena adanya keluaran barang baru atau barang yang sedang booming di kalangan mahasiswa untuk menjaga penampilan apalagi sesuai trend yang ada sehingga mereka lebih sering untuk belanja pakaian, tas, dan sebagainya. Seperti yang dikatakan oleh informan FT bahwa:

“ karna merasa diuntungkan banget mbak sebagai mahasiswa gini, waktu dihabiskan dikampus, ngerjain tugas, kalo harus jalan-jalan lagi wes capek. Kalo online kan lebih santai bisa sambil tiduran. Selain itu karna produk yang dijual online itu slalu terbaru mbak update sama yang lagi booming jadi kepincut buat beli dan beli online.”

Ungkapan informan FT menunjukkan bahwa dengan online shop memudahkan informan FT untuk mendapatkan barang-barang terbaru sesuai trend untuk menjaga penampilan yang lagi berkembang. Hal tersebut sama seperti yang diungkapkan oleh informan CR:

“Aku suka belanja karena suka koleksi barang yang mengikuti trendi apalagi kalau bagus modelnya kadang gak liat kualitas mbak. Kan di olshop gambar bagus-bagus dan murah-murah”

Berdasarkan wawancara dengan informan di atas dapat dikatakan bahwa sikap mahasiswa dalam membeli barang sering tidak didasarkan pada apa yang mereka butuhkan yang sebenarnya di karenakan perilaku yang dilakukan semata-mata demi kesenangan sesaat, sehingga dapat membuat mahasiswa cenderung lebih konsumtif dalam membeli suatu barang. Selain itu juga, meskipun harganya mahal mereka akan tetap membelinya, agar mereka lebih percaya diri ketika memakainya dan untuk menjaga penampilan. Mahasiswa di atas dalam hal membeli barang dapat dikatakan sangat mudah dipengaruhi oleh perkembangan trend yang ada, sehingga cenderung berlaku konsumtif.

Informan hanya memikirkan kesenangan pribadi ketika berbelanja online, hal ini di ungkapkan oleh ST bahwa :

“Ketika aku belanja online itu ada kesenangan tersendiri mbak, kalau barang yang datang bagus dan sesuai keinginan saya senang mbak dan ingin beli lagi. Rasanya PD aja mbak makainya”

Ungkapan informan di atas menunjukkan bahwa barang yang telah dibeli secara online memiliki arti tersendiri hingga menaikkan rasa percaya diri pada informan. Informan merasa memiliki nilai lebih dari teman lainnya karena memakai barang yang dibeli secara online. Berbeda dengan informan ST, informan FT dalam berbelanja online karena adanya model yang ia suka juga memakai produk tersebut atau mengiklankan produk itu. Seperti yang informan FT ungkapkan:

“ Aku beli barang-barang ini sebenarnya gak penting mbak, tapi idolaku pakai ini, ya beli aku”

Dari pernyataan informan diatas dapat dikatakan bahwa informan dalam berbelanja online lebih pada model yang mengiklankan, informan merasa bahwa harus memiliki barang yang idolanya pakai walaupun tahu bahwa barang tersebut bukan termasuk kebutuhannya.

Membeli suatu produk hanya demi menjaga penampilan diri dan gengsi, yaitu dimana mahasiswa yang ingin terlihat harga diri ataupun prestisenya tinggi di lingkungan sekitarnya. Hal demikian disebabkan oleh individu yang sering melakukan interaksi sosial terhadap kelompok kelas atas.

Kemudian membeli produk atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar kegunaan dan manfaatnya) yaitu dimana ada mahasiswa yang berperilaku konsumtif atas dasar harga yang ditawarkan seperti diskon ataupun potongan harga yang diberikan oleh penjual online. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status. Salah satu mahasiswa yang bernisial MG telah berperilaku konsumtif atas dasar untuk menjaga dan atau untuk meningkatkan prestise/status sosialnya. Berikut hasil wawancaranya dengan informan MG:

“Seringkali aku berbelanja suatu produk yang lagi ngehits dan baru. Muncul keinginan untuk memiliki barang itu dan timbul rasa tidak puas jika tidak bisa memilikinya. Barang tersebut misalnya tas, pakaian, kosmetik, sepatu. Tujuanku supaya lebih keren saat di kampus dan kalau bias aku dulu yang punya barang tu sih!”

Ungkapan informan di atas menunjukkan bahwa barang yang telah dibeli secara online memiliki arti tersendiri hingga menaikkan rasa percaya diri pada informan. Informan merasa memiliki nilai lebih dari teman lainnya karena memakai barang yang dibeli secara online. Mahasiswa membeli suatu barang sering hanya karena menjaga prestise di depan teman-teman yang lainnya. Untuk itu di zaman modern seperti ini, sebagai seorang mahasiswa yang bisa dijadikan contoh untuk masyarakat diluar kampus, maka hindari perilaku konsumtif yang akan berdampak negative pada diri seseorang karena itu hanya menjadikan mahasiswa bersifat boros.

Informan FT dalam berbelanja online karena adanya model yang ia sukai juga memakai produk tersebut atau mengiklankan produk itu. Seperti yang informan FT ungkapkan:

“ Aku beli barang-barang ini sebenarnya gak penting mbak, tapi idolaku pakai ini, ya beli aku. Ketika aku belanja online itu ada kesenangan tersendiri mbak, kalau barang yang datang bagus dan sesuai keinginan saya senang mbak dan ingin beli lagi. Rasanya PD aja mbak makainya dan sama dengan idolaku mb...wuih tambaah sueneng bangeet.”

Dari pernyataan informan diatas dapat dikatakan bahwa informan dalam berbelanja online lebih pada model yang mengiklankan, informan merasa bahwa

harus memiliki barang yang idolanya pakai walaupun tahu bahwa barang tersebut bukan termasuk kebutuhannya.

Sebagian mahasiswa yang memiliki cara berpikir yang lebih tinggi maka untuk memiliki segala sesuatu yang dipakai oleh orang lain, berpikir bahwa apa yang baru di pasar, di toko online ataupun di tempat-tempat lain harus mereka miliki dan harus di dapatkan, padahal cara berpikir yang seperti demikian itulah nantinya akan menyiksa dirinya saat tidak lagi memiliki uang.

Mahasiswa dalam membeli sesuatu kebanyakan untuk meniru orang lain dan mengikuti trend yang sedang beredar sekarang ini, karena pada umumnya seorang mahasiswa mudah sekali terpengaruh oleh teman-teman kampusnya dalam hal meningkatkan rasa kepercayaan diri. Rasa percaya diri meningkat ketika seseorang menggunakan barang dengan model terbaru atau yang sedang eksis. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan FT, mengutarakan bahwa:

“Sering aku ikut-ikutan dengan temanku kalau beli baju, celana, jilbab karena gengsi kalau temanku ada celana atau bajunya yang model sekarang baru aku tidak ada, biasa juga kalau kurang uangku pinjami dulu uang supaya beli juga.”

Seperti halnya yang diungkapkan oleh mahasiswa yang bernama MG bahwa seringkali dia berbelanja karena teman, dan apabila melihat temannya memakai barang yang baru maka akan muncul keinginan untuk memiliki barang yang serupa dan timbul rasa tidak puas dalam dirinya, apabila tidak memiliki barang tersebut maka dia berkeinginan untuk membeli barang..

4.1.5 Faktor yang menyebabkan terjadinya Perilaku Konsumtif

Berbicara mengenai perilaku konsumtif, maka tidak terlepas dari keputusan suatu pembelian akan suatu barang. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan ternyata penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif yaitu:

a. Gaya Hidup Mewah Mahasiswa

Gaya hidup mewah merupakan suatu pola hidup yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup dan tindakan yang membedakan antara satu dengan

yang lainnya dan merupakan ciri dari kehidupan modern yang sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi, semakin maju zaman dan semakin canggihnya suatu teknologi maka akan semakin bervariasi pula cara dan bentuk gaya hidup seseorang dalam kehidupan sehari-harinya. Gaya hidup ini yang kekinia sering kali disalahgunakan oleh sebagian besar mahasiswa, mereka cenderung bergaya hidup mengikuti trend masa kini yang dimana seseorang tidak akan pernah terlepas dari yang namanya trend gaya hidup.

Perlu dipahami bahwa letak konsumtif terdapat pada perilaku konsumsi yang sebenarnya dapat dilakukan secara seperlunya dan kemudian berubah menjadi konsumsi yang sangat berlebihan. Konsumsi sendiri sudah tidak lagi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tapi lebih terkait pada gaya hidup semata. Gaya hidup mahasiswa saat ini terlalu banyak mengikuti trend yang sedang marak di masyarakat, kecenderungan untuk memiliki barang-barang baru yang sedang populer menjadi salah satu ciri khas seorang mahasiswa saat ini. Hal ini sepertinya juga menjadikan alasan seorang mahasiswa memiliki perilaku konsumtif.

Sebagian besar mahasiswa sendiri membeli sesuatu barang dikarenakan tuntutan gaya hidup mewah bukannya untuk suatu kebutuhan. Sebagaimana yang diungkapkan salah satu informan yang bernama CR:

“Barang yang ku suka itu sophie martin kak. barang itu cukup bagus di kalangan mahasiswa jadi aku sering beli-beli produk itu.”

Sama halnya yang diungkapkan FT, bahwa Ia membeli produk fashion untuk memenuhi gaya hidupnya dengan membeli branded yang dia suka. FT lebih suka dengan produk oriflame untuk memenuhi gaya hidup mewahnya.

“Untuk brand yang lumayan aku suka sama oriflame kak, kayak ini tas dan jam ini brand dari oriflame.”

Sesuai yang diungkapkan informan diatas dapat digambarkan bahwa seorang mahasiswa untuk memenuhi gaya hidup mewahnya lebih suka membeli fashion dengan brand-brand yang menurut mereka cukup lumayan bagi seorang mahasiswa . Saat membeli suatu barang atau produk branded hanya untuk memenuhi tuntutan gaya hidup mewah, bagi mereka hal itu dapat menimbulkan

rasa percaya diri yang berakibat secara tidak sadar lama kelamaan perilaku itu akan membuat mereka termasuk dalam kategori mahasiswa yang berperilaku konsumtif.

Informan ST hanya memikirkan kesenangan pribadi dan gaya hidup ketika berbelanja online, hal ini di ungkapkan oleh ST bahwa :

“Ketika aku belanja online itu ada kesenangan tersendiri mbak, kalau barang yang datang bagus dan sesuai keinginan saya senang mbak dan ingin beli lagi meskipun harganya mahal yang penting bias membuat gaya hidupku lebih dari teman yang lain. Rasanya PD aja mbak makainya”

Ungkapan informan di atas menunjukkan bahwa barang yang telah dibeli secara online memiliki arti tersendiri hingga menaikkan rasa percaya diri pada informan. Informan merasa memiliki nilai lebih dari teman lainnya karena memakai barang yang dibeli secara online.

Berdasarkan hasil dari penelitian peneliti gaya hidup konsumtif ini tercermin dari cara berpakaian pada mahasiswa. Gaya hidup mahasiswa disaat ini, memang sudah tidak bisa dipungkiri yang dengan sangat mudahnya mengikuti trend yang sedang kekinian. Selain itu juga seseorang mahasiswa berbelanja online karna hanya ingin menunjukkan bahwa mereka menunjukkan cara hidup mewah dengan selalu menggunakan tas ataupun baju yang selalu ganti setiap saat.

b. Pengaruh keluarga

Seorang mahasiswa dari keluarga dengan status ekonomi yang tinggi secara tidak langsung dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtifnya sendiri. Dukungan finansial yang cukup cenderung membuat seseorang mudah untuk membelanjakan uangnya. Popularitas orang tua juga termasuk dalam faktor sosiologis. Anak yang berasal dari keluarga terpandang banyak dikenal orang, dan akan memperhatikan penampilannya dan juga gaya berbusana untuk menjaga popularitasnya dan kelas sosialnya. (Aprilia dan Hartoyo, 2013: 86)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh keluarga termasuk salah satu penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif. Hal ini sama dengan hasil wawancara dengan salah satu informan bernama CR bahwa :

“Dalam keluarga yang suka belanja online ya kakak, kalau ibu enggak lebih suka di pasar. Kakak suka ngajak beli online, trus suka kasih tau toko online yang bagus-bagus.”

Berdasarkan wawancara di atas menunjukkan bahwa penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif di dukung oleh anggota keluarga lain yang juga berperilaku konsumtif sehingga mempengaruhi informan. Komunikasi antara informan dengan anggota keluarga lainnya lebih sering membahas tentang online shop yang mereka sukai dan saling merekomendasikannya, akibatnya informan tertarik untuk berbelanja di tempat yang telah direkomendasikan.

Hal ini berbeda dengan hasil wawancara dengan salah satu informan bernama MG bahwa :

“Keluarga saya gak suka belanja online mbak, katanya ibu enak beli langsung ke toko bisa liat langsung bisa liat bahannya sama bisa dicoba kan kalau online gak bisa dicoba”.

Hasil wawancara dari informan diatas dapat digambarkan bahwa dia melakukan pembelian online shop tanpa didukung oleh anggota keluarganya. Pengaruh keluarga termasuk salah satu penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif. Berikut hasil wawancara dengan salah satu informan bernama FT bahwa :

“Semua keluargaku sudah terbiasa berbelanja online menggunakan banyak aplikasi seperti Shopee, Gojek dengan pembayaran menggunakan OVO. Mereka tidak suka belanja di pasar karena ribet dan masih harus tawar menawar, panas juga mb. Mama suka ngajak beli online, dan sering kasih tau toko online yang bagus-bagus ke aku.”

Wawancara di atas menunjukkan bahwa penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif sangat didukung oleh anggota keluarga inti yang juga berperilaku konsumtif sehingga sangat mempengaruhi informan. Komunikasi antara informan dengan anggota keluarga lainnya lebih sering membahas tentang online shop yang mereka sukai dan saling merekomendasikannya, akibatnya informan tertarik untuk berbelanja di tempat yang telah direkomendasikan.

c. Iklan

Iklan menjadi salah satu faktor pendorong timbulnya perilaku konsumtif pada informan. Iklan menjadi salah satu media yang mengenalkan produk kepada masyarakat luas melalui TV, radio dan media online lainnya. Maraknya iklan di tv di sosial media membuat mahasiswa lebih mudah untuk melihat hal-hal yang baru. Iklan di TV mengenalkan aplikasi seperti shopee, tokopedia, buka lapak dan lainnya dengan segala kemudahan dan banyaknya barang yang dijual, hal inilah yang menyebabkan informan melakukan belanja online sebagaimana ungkapan dari informan RN bahwa :

“Awalnya aku belanja online itu lewat IG dan facebook, tapi pas lihat iklan di TV kayaknya aplikasinya bagus jadi coba lihat-lihat barang yang dijual dan akhirnya aku memutuskan untuk beli dan ketagihan mbak”.

Berdasarkan ungkapan di atas menunjukkan bahwa iklan menyebabkan informan berperilaku konsumtif karena iklan menyuguhkan berbagai macam produk dan untuk harga sangat bervariasi, selain itu banyak potongan yang diberikan oleh aplikasi yang digunakan.

Informan lebih suka berbelanja di *online shop* shopee karena di shopee ini banyak potongan harga dan memudahkan orang yang tidak mempunyai atm untuk tidak perlu pergi ke atm guna melakukan transfe karena bisa lewat indomaret. Iklan salah satu penyebab berperilaku konsumtif. Sebagaimana ungkapan dari informan MG:

“Kalo aku itu mbak paling suka belanja di shopee apalagi kayak aku yang punya atm tapi gak pernah diisi males kalo harus ngantri di bank untuk transfer, di shopee tidak perlu bingung-bingung mau transfer pake apa cukup pergi ke indomaret langsung bayar di kasir beres mbak”

Menurut mbak ST *online shop* seperti di shopee adalah sebuah alternatif yang menarik dalam berbelanja, karena harga, pilihan barang dan pelayanan yang ditawarkan juga keunggulan tersendiri sehingga ia merasa tertarik jika dibandingkan berbelanja secara langsung di toko.

“Menurut saya di shopee yang kebanyakan menjual barang itu harganya miring-miring banget banyak yang murah-murah dan barangnya juga

banyak yang bagus-bagus, apalagi kalo yang gak punya m-banking tidak perlu ke atm soalnya bisa bayar di indomaret terdekat.”

d. Trend

Mahasiswa ini dalam membeli sesuatu barang kebanyakan hanya untuk meniru orang lain dan mengikuti trend yang sedang berkembang sekarang ini, karena pada umumnya seorang mahasiswa mudah sekali terpengaruh oleh teman-teman kampusnya dalam hal meningkatkan rasa kepercayaan diri. Rasa percaya diri meningkat ketika seseorang menggunakan barang dengan model terbaru atau yang sedang eksis. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan FT, mengutarakan bahwa:

“Sering aku ikut-ikutan dengan temanku kalau beli baju, celana, jilbab karena gengsi kalau temanku ada celana atau bajunya yang model sekarang baru aku tidak ada, biasa juga kalau kurang uangku pinjami dulu uang supaya beli juga.”

Sama halnya yang diungkapkan oleh mahasiswi yang bernama MG bahwa :

“seringkali dia berbelanja karena ikut-ikutan dengan temannya. Apabila melihat temannya memakai suatu barang yang baru maka muncul keinginan untuk memiliki barang yang serupa dan timbul rasa tidak puas dalam dirinya, apabila tidak memiliki barang tersebut maka dia berkeinginan untuk membeli barang tersebut misalnya tas, pakaian, kosmetik, sepatu, dan lain-lain”.

Ungkapan informan diatas dapat dikatakan bahwa mahasiswa dalam membeli suatu barang seringkali hanya karena ikut-ikutan saja dengan teman yang lainnya. Untuk itu di zaman modern ini, sebagai mahasiswa yang bisa dijadikan contoh, maka hindarilah yang namanya perilaku konsumtif yang berdampak negatif karena itu hanya menjadikan mahasiswa bersifat boros.

Menurut peneliti dari hasil wawancara di atas bahwa teman sangatlah berpengaruh terhadap diri seseorang karena seringkali seseorang di dalam bertindak atau berperilaku mengikuti temannya ataupun dalam mengambil keputusan. Sebagian mahasiswa ikut-ikutan dengan teman dalam berbelanja sesuatu dikarenakan tidak mau dikatakan ketinggalan. Akan tetapi ada pula

sebagian mahasiswa yang tidak mudah terpengaruh dengan ajakan teman atau ikut-ikutan dengan temannya, seperti hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa yang bernama RN:

“Tidak perlu ikut-ikutan sama temanku yang suka belanja kalau keuanganku pas-pasan mbak, apalagi kalau gak penting mau di beli mending tidak usah ikut-ikut beli biarpun diajak beli sesuatu karena masih banyak keperluan lain yang mau di beli.”

Berdasarkan wawancara diatas menyebutkan bahwa informan RN tidak perlu ikut-ikutan teman dalam hal belanja, RN lebih bisa mengontrol keperluan belanja mana yang lebih penting dan tidak penting.

e. Lingkungan pergaulan/ Teman Sebaya

Kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan tentang perilakunya. Kelompok akan mempengaruhi tiga hal dalam diri seseorang yaitu menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup, memengaruhi perilaku dan konsep pribadi, serta menciptakan tekanan untuk mematuhi pilihan atau merek suatu produk. (Kotler dalam Krisdianto: 2016: 81).

Lingkungan pergaulan termasuk salah satu yang berperan dalam membentuk gaya hidup seseorang. Asumsinya jika mahasiswa itu mempunyai teman yang berperilaku konsumtif maka secara tidak langsung akan mempengaruhi mahasiswa (teman) dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau produk. Apalagi memiliki teman yang suka berbelanja tentunya akan menimbulkan rasa ingin meniru karena teman bergaul lebih dulu membeli barang ataupun produk tersebut maka dari itu timbullah pengaruh juga untuk memiliki barang atau produk tersebut. Seperti yang diungkapkan informan CR:

“Saya jadi ikut tertarik dengan berbelanja melalui media online shop karena teman saya sering ngasih tau barang – barang yang bagus di sosmed jadi saya ikut – ikutan tertarik. Selain itu juga sering karna ongkirnya bisa ditanggung bareng-bareng”

Mbak CR juga mendapatkan pengaruh dari teman – temannya agar berbelanja online. Dari penuturan mbak CR ia banyak di pengaruhi oleh temannya

yang mengatakan bawa online shop lebih memudahkan kita untuk berbelanja dan bahwa berbelanja online tidak mengecewakan buat kita. Selain mbak CR ada informan lain yaitu ST mengungkapkan bahwa:

“Aku seringkali diajak oleh teman beli barang khususnya dalam membeli jilbab yang sesuai model sekarang. Walaupun sebenarnya aku udah punya banyak hijab akan tetapi karena ikut-ikutan dengan teman akhirnya muncul keinginan untuk membelinya. karna aku sendiri suka ngajak temen kalo belanja biar ongkirnya barengan.”

Berdasarkan pernyataan ungkapan informan di atas bahwa teman bergaul sangatlah berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk berbelanja karena tidak dapat dipungkiri bahwa kesempatan untuk memengaruhi sangat mudah dikarenakan setiap hari mahasiswa selalu bersama teman-teman pergaulannya dan secara tidak langsung teman itulah yang memberikan pengaruh yang besar terhadap mahasiswa lain untuk membeli dan menggunakan fashion yang trend saat ini.

Sebagian mahasiswa ikut-ikutan dengan teman dalam berbelanja sesuatu dikarenakan tidak mau dikatakan ketinggalan jaman. Akan tetapi ada pula sebagian mahasiswa yang tidak mudah terpengaruh dengan ajakan teman atau ikut-ikutan dengan temannya, seperti hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa yang bernama RN:

“Tidak perlu ikut-ikutan sama temanku yang suka belanja kalau keuanganku pas-pasan mbak, apalagi kalau gak penting mau di beli mending tidak usah ikut-ikut beli biarpun diajak beli sesuatu karena masih banyak keperluan lain yang mau di beli.”

Berdasarkan wawancara diatas menyebutkan bahwa informan RN tidak perlu iku-ikut teman dalam hal belanja, RN lebih bisa mengontrol keperluan belanja mana yang lebih penting dan tidak penting.

f. Uang Saku

Uang saku adalah pendapatan seorang mahasiswa yang diterima dari orang tua maupun keluarganya. Uang saku di pergunakan untuk memenuhi segala kebutuhan dalam hidup mereka untuk sehari-harinya. Banyak sedikitnya jumlah

konsumsi mahasiswa tersebut dapat dipengaruhi oleh jumlah uang saku yang mereka terima. Hasil penelitian terhadap lima informan menunjukkan bahwa uang saku menjadi salah satu faktor pendorong informan berperilaku konsumtif. Salah satunya adalah uang saku yang diberikan oleh orang tua para informan terlalu besar, sebagaimana ungkapan dari informan FT bahwa :

“Untuk uang jajan aja dari orang tua Rp. 500.000 itu bukan termasuk uang kos, uang makan dan lainnya hanya untuk jajan atau belanja”.

Berdasarkan keterangan informan di atas menunjukkan bahwa keluarga menjadi faktor pendorong informan berperilaku konsumtif, hal itu di tunjukkan dengan banyaknya uang saku yang diberikan oleh orang tua kepada informan. Banyaknya uang saku yang diberikan oleh orang tua mengakibatkan informan gencar melakukan pencarian toko online yang menurutnya bagus dan kembali berbelanja online.

Selain uang saku yang diberikan oleh orang tua, informan juga memperoleh tambahan uang saku dari anggota keluarga lain sebagaimana diungkapkan oleh informan CR bahwa :

“Aku dapat tambahan uang saku dari kakak besarnya Rp. 500.000,00 jadi bisa buat belanja dan memenuhi kebutuhan lainnya”.

Berdasarkan ungkapan informan di atas menunjukkan bahwa tambahan uang saku juga dapat mendorong informan untuk berperilaku konsumtif karena merasa bahwa memiliki uang lebih.

Informan mendapatkan tambahan uang saku bukan hanya dari anggota keluarga namun juga mendapatkan dari kekasihnya. Hal ini di ungkapkan oleh ER selaku informan tambahan bahwa informan utama CR memperoleh uang saku dari kekasihnya sebagaimana ungkapan pada wawancara sebagai berikut :

“CR juga mendapatkan tambahan uang saku dari pacarnya mbak”

Berdasarkan ungkapan dari informan tambahan menunjukkan bahwa informan utama memperoleh uang saku dari berbagai sumber tidak hanya dari kedua orang tua, namun juga dari kakak dan juga kekasihnya.

Dari hobi berbelanja online mengakibatkan perilaku konsumtif kepada informan, namun informan juga memperoleh dampak positif dari perilakunya tersebut sebagaimana ungkapan informan MG bahwa :

“Saya dulunya suka belanja online mbak, terus saya berpikir kenapa saya nggak jualan online juga karena banyak teman saya yang suka produk online yang saya beli”

Selain MG informan lain yang juga berjualan online adalah FT, kedua informan mengungkapkan bahwa mereka yang awalnya hanya hobi berbelanja online memutuskan untuk berjualan online untuk menambah uang saku dan memenuhi kebutuhan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas bahwa pengawasan orang tua itu sangat dibutuhkan termasuk dalam mengontrol uang kiriman yang diberikan, karena tanpa adanya pengawasan dari orang tua terkadang mereka memakai uang tersebut untuk hal-hal yang tidak atau kurang dibutuhkan.

4.2 Pembahasan

Penelitian dengan judul “*Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*”, merupakan penelitian sosial dengan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Data-data yang dihasilkan dari penelitian ini akan digambarkan dengan menggunakan kata-kata dan atau kalimat yang sesuai dengan kondisi sosial yang berada di lokasi penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dan temuan di lapangan, sebagai berikut :

4.2.1 Online Shop Di Kalangan Mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara dalam penelitian tentang *online shop* pada mahasiswa FEB UNEJ bahwa :

Kegiatan transaksi *online shop* yang dilakukan oleh kelima informan inti melalui beberapa aplikasi seperti Whats app, Shopee, Instagram, Facebook. Proses pengiriman barang saat berbelanja di *online shop* yang dilakukan oleh kelima informan inti yakni dengan rentang waktu antara 2 hari hingga 1 minggu, dilihat dari jauh dekatnya pengiriman barang.

Kelebihan dari *online shop* menurut kelima informan inti yaitu : tidak ribet, lebih simple atau lebih mudah, lebih praktis, tidak harus datang langsung ke tokonya cukup melihat dan memilih produk yang diinginkan melalui HP saja, hemat tenaga dan waktu, penelitian ini sejalan dengan temuan Sari (2015:110) bahwa semakin banyaknya online shop dengan berbagai macam barang yang diperjual belikan, jika ingin memesan juga dengan cara yang sangat mudah.

Setiap kelebihan pasti memiliki kekurangan, kekurangan *online shop* menurut kelima informan inti yaitu terkadang kalau kita tidak berhati-hati mudah tertipu, barang yang dipesan kadang tidak sesuai dengan yang di gambar, kadang tidak ada stok barang yang dipesan karna kita tidak dapat melihat langsung barang yang akan kita beli, hanya melalui gambar saja. Solusi jika terjadi kekecewaan ataupun kerugian saat belanja *online* menurut kelima informan inti yaitu dengan cara mengkomplain melalui HP hingga ada tanggung jawab yang diberikan oleh sang penjual baik mengganti barang baru ataupun mengembalikan uang konsumen.

4.2.2 Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa

Gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Jember dapat dilihat dari perilaku yang ditunjukkan oleh mahasiswa. Setiap mahasiswa memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing. Kebutuhan tersebut berusaha untuk dapat dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang memenuhi kebutuhannya secara wajar dan ada juga yang berlebihan. Hal tersebut menyebabkan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Kebutuhan mahasiswa pada umumnya adalah membayar uang kuliah, membeli sepatu, tas, buku, alat-alat tulis dan perlengkapan kuliah lainnya. Namun berdasarkan pandangan peneliti pada kenyataannya para mahasiswa menggunakan uang di luar kebutuhannya, seperti pergi menonton ke bioskop, makan di tempat-tempat mahal, berbelanja pernik-pernik, memiliki handphone lebih dari satu, mudah terbujuk oleh iklan-iklan dan barang-barang atau jasa yang ditawarkan di sosial media.

Hal ini terbukti dari hasil wawancara kelima informan inti yakni CR, ST, RN, MG dan FT menunjukkan bahwa mahasiswa banyak mengkonsumsi barang bukan didasarkan pada kebutuhan, melainkan hanya karena keinginan. Konsumsi mahasiswa terhadap produk *online shop* tidak lain karena untuk menjaga penampilan/prestise mereka supaya terlihat mengikuti perkembangan zaman dan memiliki kebanggaan jika menggunakan produk yang dibeli secara online. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Riska (2016:4) bahwa bentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa meliputi dua nilai yang sangat menonjol yaitu simulakra dan nilai tanda bukan lagi pada nilai guna suatu barang yang telah dibeli.

Selain itu, mahasiswa dalam mengkonsumsi barang lebih pada keinginannya daripada kebutuhannya hasil penelitian ini sejalan dengan teori Baudrillard (2004:46) yang menyebutkan bahwa logika konsumsi yang ada pada masyarakat bukan lagi berdasarkan *use value* atau *exchange value* akan tetapi hadir nilai baru yang disebut "*symbolic value*". Maksudnya, orang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan nilai tukar atau nilai guna/kegunaan barang, melainkan karena nilai tanda/simbolis untuk menyenangkan atau memenuhi hasrat yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi.

Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan Teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard tersebut memberi penjelasan mengenai adanya nilai guna dan nilai tanda (*simulacra*) dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Pada nilai guna masyarakat membeli suatu barang berdasarkan apa yang dibutuhkan bukan apa yang diinginkan sedangkan pada nilai tanda membeli atas dasar iming-iming, membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk karena menjaga symbol status, membeli produk karena iklan yang menarik dan membeli produk lebih dari dua pada merk yang sejumlah mahasiswa. Disini mahasiswa telah menunjukkan berbagai macam perilaku konsumtif mulai dari berbelanja karna harga, belanja karena trend an belanja karena untuk menjaga penampilan diri.

Gaya hidup mahasiswa, lebih mengarah kepada perilaku konsumtif yang bertujuan untuk meningkatkan *prestise* lebih kepada nilai tanda bukan pada kegunaan barang yang dibeli. Dalu seorang mahasiswa tidak terlalu

mementingkan urusan penampilan dan gaya hidup, tapi mereka lebih mementingkan masalah kebutuhan pokok daripada masalah penampilan, tetapi pada masa sekarang berbeda keadaannya karena kini urusan penampilan dan gaya hidup mulai menjadi perhatian serius. Perkembangan disegala bidang terjadi sekarang ini, baik secara langsung maupun tidak langsung menuntut mahasiswa untuk mampu beradaptasi dengan berbagai bentuk perubahan dan pembaharuan jaman. Mahasiswa di kampus, terutama perempuan berlomba-lomba mengenakan pakaian mahal dari berbagai jenis merek yang tersedia di pasaran selain itu juga memakai barang yang lagi ngetrend. Tujuan mereka adalah untuk mendukung penampilan dan memperlihatkan bahwa pakaian yang mereka pakai itu saat ini sedang ngetrend.

Mahasiswa yang selalu bersaing dalam kegiatan yang selalu dianggap baik dan tinggi nilainya, tidak lepas dari gengsi yang dimilikinya. Mahasiswa tidak mau dianggap kuper, kuno, cupu, baik dalam hal berpakaian, pengonsumsi makanan, maupun dalam hal pergaulan. Kenyataannya, mahasiswa yang membeli produk-produk demi memenuhi kebutuhan dan agar selalu dianggap *up to date*. Mahasiswa terbawa oleh kebiasaan-kebiasaan yang ditimbulkan dari adanya para mahasiswa lain yang kehidupan ekonominya sudah terbiasa tinggi baik dalam sikap maupun perilakunya, terpengaruh teknologi yang semakin tinggi peradabannya. Kebanyakan mahasiswa ingin terlihat *eksis*, tidak ketinggalan jaman dan akan berusaha mengikuti trend yang ada sekarang ini. Jika seorang mahasiswa berada di lingkungan pergaulan yang teman-temannya berpenampilan glamour, maka ia akan merasa tidak mau tertandingi dan berkeinginan melampaui penampilan temannya.

4.2.3 Motif Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember antara lain karena gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan yang sedang marak-maraknya, pengaruh lingkungan pergaulan/teman sebaya, uang saku yang berlebihan dari

orang tua. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi dan sesuai dengan kenyataan di lapangan.

Faktor penyebab mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang terdiri dari 5 (lima) indikator pada hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Fajrul (2018:85) bahwa gaya hidup konsumtif pada mahasiswa disebabkan oleh beberapa faktor yaitu gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh dari lingkungan pergaulan yang suka berbelanja. Namun, terdapat temuan yang menarik dalam penelitian ini yaitu faktor yang menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif adalah uang saku yang berlebihan, uang saku yang berlebihan ini berasal dari orang tua, kakak atau anggota keluarga lain, dan pacar.



BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa bentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yaitu dengan belanja lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Saat ini para mahasiswa banyak mengkonsumsi barang bukan didasarkan pada kebutuhan mereka, melainkan hanya karena keinginan untuk menjaga penampilan, hanya sekedar ikut-ikutan teman, karena banyak diskon, sekedar coba-coba dan mengikuti trend. Konsumsi mahasiswa terhadap produk fashion tidak lain hanya karena untuk menjaga penampilan mereka supaya terlihat sempurna. Perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain:

1. Gaya Hidup Mewah Gaya hidup mewah yaitu perilaku mahasiswa yang merupakan bagian dari masyarakat tidak sedikit yang mengkonsumsi suatu produk karena dorongan atau motivasi dari adanya suatu keinginan hedonis atau sebab lainnya diluar alasan ekonomi, seperti rasa senang, fantastis, social dan bahkan pengaruh emosional.
2. Keluarga yaitu kondisi dukungan finansial keluarga dan status sosial orang tua. Dukungan finansial yang cukup cenderung membuat seseorang mudah untuk membelanjakan uangnya. Popularitas orang tua juga termasuk dalam faktor sosiologis. Anak yang berasal dari keluarga terpandang banyak dikenal orang, dan akan memperhatikan penampilan dan gaya busana untuk menjaga popularitasnya dan kelas sosialnya.
3. Iklan yaitu menggambarkan kualitas dan harga suatu produk memotivasi mahasiswa dan mempengaruhi emosional mahasiswa untuk mewujudkan pembelian meskipun barang tidak terlalu dibutuhkan.
4. Trend dalam yaitu perilaku mahasiswa mengikuti trend dan bagaimana trend tersebut digunakan sebagai upaya penunjuk status sosial mereka kepada lingkungan.

5. Lingkungan sekitar atau teman yaitu bagaimana kelompok akan mempengaruhi perilaku dan gaya hidup serta menciptakan tekanan untuk mematuhi pilihan atau merek suatu produk.
6. Uang saku yaitu pemberian uang saku yang berlebih juga menyebabkan seorang mahasiswa untuk berperilaku konsumtif karena bisa membeli barang apa saja sesuai keinginannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas tidak menutup kemungkinan untuk peneliti selanjutnya mengkaji lebih dalam berkaitan dengan tema yang sama tentang *online shop* dan gaya hidup konsumtif mahasiswa. Dibawah ini adalah saran yang dikemukakan oleh penulis:

1. Saran untuk penelitian selanjutnya, meneliti mengenai fenomena online shop dan gaya hidup konsumtif mahasiswa merupakan salah satu tema yang menarik untuk diangkat menjadi sebuah penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh perlu dilakukan penelusuran lebih mendalam mengenai anak muda zaman sekarang ditinjau dari perilaku mereka sehari-hari.
2. Untuk mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, sebaiknya mengurangi pembelian produk fashion secara berlebihan. Berusaha menyisihkan uangnya untuk kebutuhan lain seperti kebutuhan kuliah daripada barang yang bukan menjadi kebutuhan utama mahasiswa.
3. Untuk mahasiswi secara keseluruhan, berusaha mengontrol diri dari pengaruh luar supaya tidak mudah terpengaruh untuk belanja barang yang dibeli bukan karena kebutuhan melainkan hanya karena keinginan .
4. Untuk para peneliti selanjutnya yang akan menggunakan penelitian ini sebagai salah satu pandangan dan acuan, sebaiknya perlu dikembangkan lagi teori-teori yang memungkinkan untuk peneliti selanjutnya meneliti gaya hidup konsumtif melalui teori yang tepat dengan pemaparan yang jelas dan penelitian yang akurat.





DAFTAR PUSTAKA**BUKU**

Adlin, Alfathri (Ed). 2006. *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra

Baudrilard, J. P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta : Kreasi Wacana

Chaney, David. 2003. *Lifestyle: Suatu Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra

Damsar. 2013. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Priansa, Donni Juni . 2017. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran; Edisi Milenium, Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.

Moleong. L. J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Ritzer, 2006. *Teori sosial Postmodern*. Yogyakarta: PT. Kreasi Wacana. Hal: 160

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Group Gramedia.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Ikan*. Bandung: Alfabeta

Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post- Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Widyosiswoyo, Supartono. 2009. Ilmu budaya dasar. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal

Aprilia, D dan Hartoyo. 2013. Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Sosiologi*.

Astuti, E. P. 2013. Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *E-Journal Psikologi*: 1(2)

Chrisnawati, Dian dan S.M. Abdullah. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah) . *Jurnal Spirits*: 2(1)

Diana, Riska Nur. 2016. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum UNESA Akibat Adanya Online Shop Jilbab. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan* 2 (4), 677-692.

Fardhani, P.R., & Ummi, A.I. 2013. Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi Pada Siswa XI SMA Trimurti Surabaya). *Character*: 1(2)

Fitria, Eva Melita. 2015. *Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (3), 117-128.

Haubl, G. & Trifts, V. (2000). Customer Decision Making in Online Shopping Environments: The Effects of Interactive Decision Aids. *Marketing Science*. Vol.19 (1): 4-21

Sari, Chacha Andira. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet*, Vol.IV/No.2/Juli 2015, hal 205-216

Wibisono, L. A. (2008). Menata Produk (Disajikan pada Pendidikan dan Latihan Profesi Guru (PLPG) Bidang Keahlian Manajemen Bisnis. Jurnal Ekonomi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

Nadia. Fashion bagian terpenting dari Kehidupan Sehari-hari . Di ambil dari <http://Elvierameldawati.Blogspot.Com>. Di akses tanggal 24 Februari 2019

Skripsi

Amiruddin, Ahmad Fajrul. 2018. Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial) *Thesis*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.

Aresa, Della. 2012. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Repurchase Intention. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Anugrahati, Rifa Dwi. 2014. Gaya Hidup *Shopaholic* sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Ariyanto. M. Sofiyan. 2016. *Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Mahasiswa: Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Pengguna Online Shop Di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi

Hotpascaman. S. 2009. *Hubungan Antar Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Pada Remaja*. Skripsi. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.

Ikhsan, Muhammad. 2016. Gaya Hidup Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa (Studi Deskriptif Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Di Kota Banda Aceh). *Skripsi*. Aceh: Universitas Syiah Kuala

Krisdiantoro, Danang dkk. 2016. Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Thesis*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Ramadhan, Achmad Syaiful. 2012 . Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Harga Diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas “X”. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. Jakarta: Universitas Indonesia.

Savitrie, D. (2008). Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswa FE UI dan Pengunjung Butik N.y.l.a). *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI

Thohiroh, Anisa Qodaryl. 2015. *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. *Skripsi*





LAMPIRAN



Lampiran A. Matrik Penelitian

JUDUL	PERMASALAHAN	KONSEP	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Online shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana gaya hidup konsumtif mahasiswa program studi manajemen akibat adanya <i>online shop</i>? 2. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa program studi manajemen? 	<p>Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa dalam berbelanja melalui <i>online shop</i> dan Faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa mengamati perilaku mahasiswa yang dilihat dari aktivitas dan minat berbelanja online yang berorientasi pada kesenangan sebagai faktor utama serta lebih mementingkan keinginan (want) daripada kebutuhan (need). 2. Faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa meliputi gaya hidup mewah, kepribadian, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan/teman sebaya, uang saku dan prestise. 	<p>Sumber data dalam penelitian ini yaitu</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Informan 2. Dokumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis penelitian: penelitian kualitatif deskriptif 2. Metode penentuan lokasi penelitian: metode purposive area, yaitu di kampus ekonomi dan bisnis Universitas Jember 3. Metode pengumpulan data: <ul style="list-style-type: none"> - Metode observasi - Metode wawancara - Metode dokumen 4. Metode analisis data: <ul style="list-style-type: none"> - Pengumpulan data - Reduksi data - Penyajian data - Penarikan kesimpulan 5. Keabsahan data: <ul style="list-style-type: none"> - Triangulasi sumber - Triangulasi metode

*Lampiran B. Tuntunan Penelitian***1. Pedoman Observasi**

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Lokasi umum penelitian	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
2.	Latar belakang mahasiswa	Mahasiswa program studi manajemen
3.	Rutinitas sehari-hari mahasiswa	Mahasiswa program studi manajemen
4.	Gaya hidup mahasiswa	Mahasiswa program studi manajemen
5.	Faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa meliputi gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan.	Mahasiswa program studi manajemen

2. Pedoman Wawancara

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Gambaran umum lokasi penelitian	Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
2.	Gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam belanja melalui <i>online shop</i>	Mahasiswa program studi manajemen
3.	Faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa meliputi gaya hidup mewah, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan.	Mahasiswa program studi manajemen

3. Pedoman Dokumen

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember



*Lampiran C. Pedoman Wawancara Penelitian***Pedoman Wawancara Penelitian****A. Identitas Informan Utama**

Nama :

Umur :

Alamat :

Tanggal penelitian :

Daftar Pertanyaan

1. Dari manakah anda berasal?
2. Mengapa anda memilih untuk kuliah di Jember?
3. Apa pekerjaan orang tua anda?
4. Berapa penghasilan orang tua anda setiap bulannya?
5. Berapa uang jajan anda per bulan?
6. Apakah anda memiliki pemasukan tambahan lain selain dari orang tua setiap bulannya?
7. Apakah anda mempunyai kegiatan lain selain kuliah?
8. Seberapa sering intensitas belanja anda dalam sebulan?
9. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk berbelanja setiap bulannya?
10. Apa yang menyebabkan anda suka berbelanja kebutuhan sekunder ?
11. Apakah anda dalam hal berbelanja harus membeli barang-barang dari brand tertentu?
12. Apakah anda tertarik berbelanja karena iklan di *online shop* sangat menarik?
13. Apakah orang tua anda mengetahui bahwa anda suka berbelanja?
14. Apakah keluarga anda suka berbelanja online?
15. Berapa intensitas keluarga Anda berbelanja online dalam sebulan?
16. Apakah anda berbelanja karena ada suatu barang yang sedang trend?
17. Apakah mengikuti trend terbaru merupakan suatu kewajiban yang harus Anda ikuti?

Pedoman Wawancara Penelitian

A. Identitas Informan Tambahan

1. Nama :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Tanggal dan waktu penelitian :

B. Pertanyaan eksplorasi untuk informan tambahan

1. Seberapa sering anda berkumpul dengan teman anda ?
2. Bagaimana keseharian teman anda dalam bermain sosial media ?
3. Apakah teman anda sering berbelanja *online* ?
4. Berapa budget yang dikeluarkan dalam membeli barang secara *online* ?
5. Apa saja barang yang sering dibeli oleh teman anda secara *online* ?
6. Apakah teman anda sering bergonta ganti barang seperti tas, baju, dan sepatu?
7. Apakah ada hal lain selain iklan yang dapat mempengaruhi teman anda dalam berbelanja *online* ?
8. Apakah yang membuat teman anda lebih memilih belanja secara *online*?



Lampiran D. Transkrip Reduksi Data

ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER

<i>Online Shop</i> dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember		Transkrip Data	Reduksi
Gaya Hidup Konsumtif	Gaya Hidup konsumtif mengamati perilaku mahasiswa yang dilihat dari aktivitas dan minat berbelanja <i>online</i> yang berorientasi pada kesenangan sebagai faktor utama serta lebih mementingkan keinginan (<i>want</i>) daripada kebutuhan (<i>need</i>).		
Faktor Yang Menyebabkan Gaya Hidup Konsumtif	Faktor yang menyebabkan gaya hidup konsumtif mahasiswa meliputi gaya hidup mewah, kepribadian, pengaruh dari keluarga, iklan, mengikuti trend dan pengaruh lingkungan pergaulan/teman sebaya, uang saku dan prestise.		

*Lampiran E. Transkrip Wawancara***TRANSKIP WAWANCARA****INFORMAN POKOK****A. Identitas Informan Pertama 1**

Nama : CR

Umur : 20

Alamat : jl. kalimantan

Tanggal penelitian : 13 april 2019

Daftar Pertanyaan

Peneliti : Dari mana mbak berasal?

Informan : Banyuwangi kak

Peneliti : Di jember kos atau PP ?

Informan : Kos kak

Peneliti : Mengapa mbak memilih kuliah di Jember?

Informan : Ya memang berkeinginan kuliah di UNEJ sini. Lumayan jauh dari rumah tiap minggu bisa pulang juga.

Peneliti : Apa pekerjaan orang tuanya mbak ?

Informan : Petani kak

Peneliti : Oh petani, terus kira-kira berapa penghasilan orang tua mbak setiap bulannya?

Informan : Kurang tau kak

Peneliti : Kurang tau ya? Lalu berapa uang jajan mbak per bulan?

Informan : Aku gak pernah ada jatah bulanan kak. ya di kasih berapa aja kalau habis minta lagi. Gak pernah ada patokan berapa-berapa gitu.

Peneliti : Enak ya mbak kalo gitu. Trus mbak punya pemasukan tambahan lain selain dari orang tua setiap bulannya gak?

Informan : Ya itu kalo gak dijatah enak. Ada tambahan dari kakak. Buat tambahan kalau pengen beli-beli

Peneliti : Berapa uang tambahannya?

- Informan : Dapat tambahan uang saku dari kakakku Rp 500.000,00 jadi bisa buat belanja dan memenuhi kebutuhan lainnya.
- Peneliti : Dobel gitu mbak. Trus mbak apa mbak punya kegiatan lain selain kuliah? Misalnya kerja gitu.
- Informan : Gak ada, paling cuma ikut UKM kampus kak. selain itu gak ada lagi.
- Peneliti : oh oke mbak. Seberapa sering intensitas belanja mbak dalam sebulan?
- Informan : Lumayan sering kak. Malah kadang uang jajan ikut dibuat belanja jadi hemat di makan buat beli barang yang kusuka.
- Peneliti : La sampai gitu ya mbak. Kalau gitu berapa biaya yang mbak keluarkan untuk berbelanja setiap bulannya?
- Informan : Gak tentu bisa Rp. 200.000 lebih. Soalnya suka produk shopie martin, itu kan harganya lumayan kak.
- Peneliti : kalo di sophie martin berarti belanjanya online?
- Informan : iya kak. walaupun gak produk shopie martin juga suka belanja online. Baju gitu beli sering online juga.
- Peneliti : oh mbak suka beli *online* ? sejak kapan suka belanja online mbak?
- Informan : Aku suka belanja *online* pas kuliah ini kak, dulu-dulu tau tapi cuma liat-liat aja belum berani beli ya takut ketipu gitu.
- Peneliti : oh pas awal tau *online shop* itu kapan mbak trus tau dari siapa?
- Informan : Awal banget itu sejak kelas 3 SMA trus itu dikasih tau sama kakakku soalnya kakakku sering banget belanja *online*.
- Peneliti : Mengapa mbak lebih suka belanja *online* dari pada belanja tradisional ?
- Informan : Aku kadang mager liat-liat instagram trus liat baju kadang tas bagus trus pengen beli, trus bayar dan tinggal transfer lewat m-banking atau ke ATM juga bisa, jadi lebih memudahkan aku sebagai mahasiswa gak harus keluar. Aku beli-beli barang yang ku liat dan kusuka, kadang habis beli gak kepakek. Istilahnya

lapar mata kak. selain itu ya aku jadi ikut tertarik dengan berbelanja melalui media online shop karena teman saya sering ngasih tau barang – barang yang bagus di sosmed jadi saya ikut – ikutan tertarik. Selain itu juga sering karna ongkirnya bisa ditanggung bareng-bareng.

Peneliti : Jadi gitu ya. Trus Barang apa yang sering mbak beli?

Informan : Macem-macem, kalo di shopie martin sering beli tas sama sepatu tapi kalo di online lainnya beli baju-baju kadang tas juga sering sepatu sih .

Peneliti : Apa yang menyebabkan mbak suka berbelanja kebutuhan sekunder (pakaian, tas, sepatu, dll)?

Informan :Ya karna kebutuhan buat kuliah kak, kalo bisa harus ganti tiap hari.

Peneliti : Apa mbak pernah kecewa dengan barang yang mbak beli secara online?

Informan : Pernah sih. Tapi ya wajar kadang tertarik sama harga yang murah tapi barang gak sesuai harapan. Tapi kalau di shopie martin gak pernah kecewa.

Peneliti : Ketika mbak kecewa dengan barang yang yang dibeli apa yang mbak lakukan?

Informan : Aku gak mau ribet orangnya mbak, mungkin aku gak jeli bacanya, seperti bahan bajunya apa gitu. Ya buat pelajaran aku mbak supaya lebih jeli dan hati-hati dan gak beli lagi di online shop itu.

Peneliti : Bagaimana proses transaksi yang mbak lakukan jika beli online ?

Informan : kalo aku mbak beli shopie martin itu ya liat katalognya di web nya itu trus ya tinggal order trus bayar mbak. Sama aja kalo di olshop lain juga gitu kalo di ig tinggal chat adminnya pesen barang nya trus bayar.

Peneliti : Bagaimana dengan proses pengiriman mbak?

- Informan : proses pengiriman biasanya 3 sampai 5 hari tergantung lokasinya kak, jauh apa dekat. Aku juga biasa pakai jasa pengiriman JNE, JNT dan kadang sicepat semua udah pernah dicoba mbak sama aja.
- Peneliti : Apakah dalam berbelanja harus membeli barang-barang dari *brand-brand* tertentu?
- Informan : brand paling ku suka ya shopie martin kak. barang itu cukup bagus dikalangan mahasiswa jadi aku sering beli produk-produk itu. Tapi untuk baju dan celana bisa pakai apa aja asal suka sama model bajunya.
- Peneliti : Apakah anda tertarik berbelanja kerana iklan di *online shop* sangat menarik?
- Informan : iya, kan kadang ada yang lucu-lucu beli gitu, trus kadang promo dapat discount.
- Peneliti : biasanya iklan online shop apa yang membuat mbak tertarik untuk beli ?
- Informan : ya pasti iklan sophie martin itu. Kalo aku tu tertarik pas temen jualan sophie martin trus bilang bulan ini lagi promo gitu, biasa kan mahasiswa sering nyari yang promo-promo. Kadang juga iklan-iklan di instagram itu kak.
- Peneliti : Apakah orang tua mbak mengetahui bahwa mbak suka berbelanja?
- Informan : tau kak.
- Peneliti : Bagaimana tanggapan orang tua mbak mengenai hal ini?
- Informan : ya gak papa asal masih bisa control kak. kadang barang yang gak ku suka tak kasihkan ibu atau kakak dirumah, mereka suka.
- Peneliti : Apakah keluarga anda suka berbelanja online?
- Informan : dalam keluarga yang suka belanja online ya kakak, kalau ibu enggak lebih suka nya ke pasar. Kalo kakak itu suka ngajak beli online, terus suka kasih tau toko online yang bagus-bagus.
- Peneliti : Berapa intensitas keluarga Anda berbelanja online dalam sebulan?

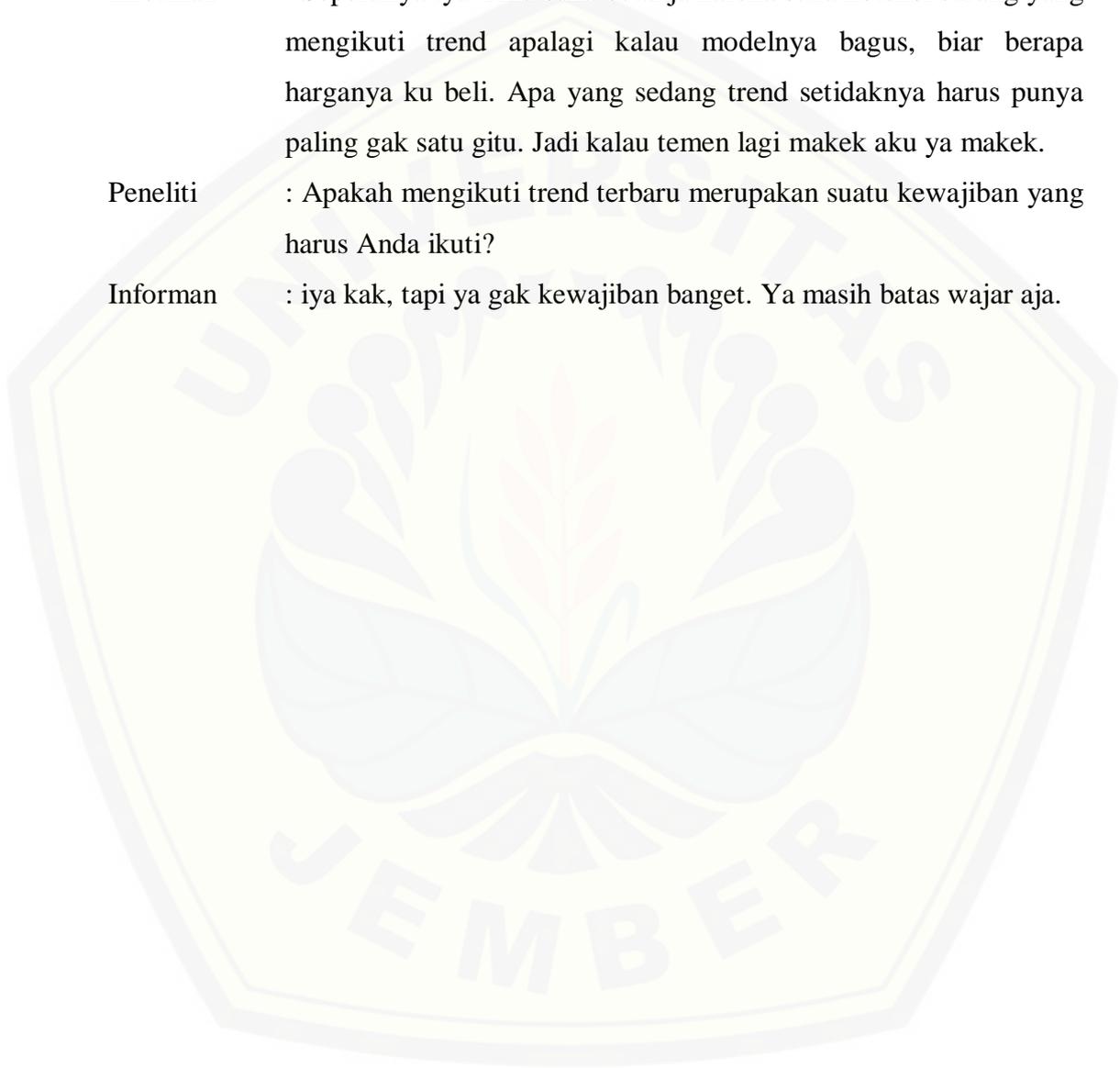
Informan : kakak sering beli online, terutama hijab sama baju itu online belinya.

Peneliti : Apakah anda berbelanja karena ada suatu barang yang sedang trend?

Informan : Sepertinya iya. Aku suka belanja karena suka koleksi barang yang mengikuti trend apalagi kalau modelnya bagus, biar berapa harganya ku beli. Apa yang sedang trend setidaknya harus punya paling gak satu gitu. Jadi kalau temen lagi makek aku ya makek.

Peneliti : Apakah mengikuti trend terbaru merupakan suatu kewajiban yang harus Anda ikuti?

Informan : iya kak, tapi ya gak kewajiban banget. Ya masih batas wajar aja.



A. Identitas Informan Tambahan

1. Nama : ER
2. Umur : 20
3. Alamat : jl. Kalimantan
4. Tanggal dan waktu penelitian : 13 april 2019

B. Pertanyaan eksplorasi untuk informan tambahan

- Peneliti : Seberapa sering anda berkumpul dengan teman anda ?
Informan : Setiap hari kumpul lah mbak. Kan satu kosan
- Peneliti : Bagaimana keseharian teman anda dalam bermain sosial media ?
Informan : kalo main sosial media ya setiap hari main sosial media. Ya pas waktu luang buka instagram.
- Peneliti : Apakah teman anda sering berbelanja *online* ?
Informan : ya sering, sering beli-beli kadang malah belum sempet dipakai sudah beli yang lain lagi.
- Peneliti : Berapa budget yang dikeluarkan dalam membeli barang secara *online* ?
Informan : gak tau ya mbak. Mungkin ya 200.000 lebih.
- Peneliti : Apa saja barang yang sering dibeli oleh teman anda secara *online*?
Informan : setauku ya tas, baju, kosmetik dan sepatu .
- Peneliti : Apakah teman anda sering bergonta ganti barang seperti tas, baju, dan sepatu?
Informan : ya sering mbak, kan baju dan tas nya banyak.
- Peneliti : Apakah ada hal lain selain iklan yang dapat mempengaruhi teman anda dalam berbelanja *online* ?
Informan : dipengaruhi temen mbak. Kadang ya dipengaruhi beli ini bagus tar ongkirnya barengan gitu. Kan suka belanja batreng-bareng ongkirnya iuran.

Peneliti : Apakah yang membuat teman anda lebih memilih belanja secara *online*?

Informan : ya mungkin mager itu ya. Males kalo harus pergi milih-milih lagi. Enak liat-liat di instagram trus beli. Hemat tenaga dan waktu juga.

A. Identitas Informan Pertama 2

Nama : ST

Umur : 20

Alamat : jember

Tanggal penelitian : 14 april 2019

Daftar Pertanyaan

1. Peneliti : Dari mana anda berasal?

Informan : jember

2. Peneliti : kos atau PP ?

Informan : Kos

3. Peneliti : Mengapa mbak memilih kuliah di Jember?

Informan : karna kampus impian mbak. Alhamdulillah diterima juga di jurusan yang ku pengenin.

4. Peneliti : Apa pekerjaan orang tuanya mbak ?

Informan : wirausaha mbak

5. Peneliti : kira-kira berapa penghasilan orang tua mbak setiap bulannya?

Informan : gak tau aku mbak kalau masalah itu

6. Peneliti : oh gak tau ya? Lalu berapa uang jajan mbak per bulan?

Informan : 1.500.000 sekitar segitu mbak, tapi ya kalo habis ortu gak tega dikasih lagi

7. Peneliti : enak ya mbak kalo gitu. Trus mbak punya pemasukan tambahan lain selain dari orang tua setiap bulannya gak?

Informan : gak ada mbak Cuma dari orang tua

8. Peneliti : Trus mbak apa mbak punya kegiatan lain selain kuliah? Misalnya kerja gitu.

Informan : ikut UKM kampus mbak. Kalo kerja belum

9. Peneliti : oh oke mbak. Seberapa sering intensitas belanja mbak dalam sebulan?

Informan : cukup seringlah sekarang apa-apa bisa online

10. Peneliti : Kalau gitu berapa biaya yang mbak keluarkan untuk berbelanja setiap bulannya?

Informan : tergantung apa yang di beli mbak, kalo baju tas sepatu ya bisa 200.000 lebih lah. Kalo pas scencare yang habis ya bakal banyak

12. Peneliti : sejak kapan mbak suka belanja online?

Informan : dari kelas 2 sma mbak. Sekarang kan apa-apa dijual online mbak .

13. Peneliti : oh pas awal tau *online shop* itu kapan mbak trus tau dari siapa?

Informan : sejak kelas 2 SMA, gak ada yang kasih tau paling kan di FB dan IG udah banyak yang jualan trus penasaran akhirnya coba-coba beli sampai sekarang deh.

14. Peneliti : Mengapa mbak lebih suka belanja *online* dari pada belanja tradisional ?

Informan : paling aku suka online itu hemat waktu, lebih murah, dan lebih up to date

Peneliti : oh ya trus hal pertama apa sih yang membuat kamu tertarik membeli produk yang ada di online shop?

Informan : Aku seringkali diajak oleh teman beli barang khususnya dalam membeli jilbab yang sesuai model sekarang. Walaupun sebenarnya aku udah punya banyak hijab akan tetapi karena ikut-ikutan dengan teman akhirnya muncul keinginan untuk membelinya. karna aku sendiri suka ngajak temen kalo belanja biar ongkirnya barengan

16. Peneliti : jadi gitu ya. Trus barang apa yang sering kamu beli?

Informan : jilbab, baju, sama tas aja mbak. Kalo sepatu enggak soalnya gak enak kalo gak dicoba dulu.

Peneliti : iya-iya. Apa sih alasan paling utama buat beli produk-produk online?

Informan : yang pasti di online itu barangnya baru –baru mbak. Banyak tawaran diskon juga, truus kalo belanja online itu ada kesenangan sendiri mbak, kalau datang barangnya bagus ku pengen belli lagi, rasanya seneng pd mbak.

17. Peneliti : Apa yang menyebabkan mbak suka berbelanja kebutuhan sekunder (pakaian, tas, sepatu, dll)?

Informan :masih kuliah mbak belum kerja belum berumah tangga ya apa yang mau dibeli, gak papa kan beli-beli buat kebutuhan sendiri .

18. Peneliti : apa anda pernah kecewa dengan barang yang anda beli secara online? Jika ya, kasih alasan.

Informan : alhamdulillah gak pernah, selalu bagus kalo beli, lebih beruntung kayaknya mbak.

19. Peneliti : Apakah dalam berbelanja harus membeli barang-barang dari *brand-brand* tertentu?

Informan ; Gak mbak, tapi kadang kalo pengen beli yang brand ya beli tapi gak harus.

20. Peneliti : apa mbak tertarik berbelanja karena iklan di *online shop* sangat menarik?

Informan : iya pasti mbak.

21. Peneliti : biasanya iklan online shop apa yang membuat mbak tertarik untuk beli ?

Informan : iklan di shopee trus di instagram mbak, kadang temen-temen yang jualan olshop juga sering ngadain gratis ongkir

22. Peneliti : Apakah orang tua mbak mengetahui bahwa mbak suka berbelanja?

Informan : gak tau mbak

26. Peneliti : Apakah anda berbelanja karena ada suatu barang yang sedang trend?

Informan : iya mbak,

27. Peneliti : Apakah mengikuti trend terbaru merupakan suatu kewajiban yang harus Anda ikuti?

Informan : iya kak, tapi ya gak kewajiban banget..

Pedoman Wawancara Penelitian

Identitas Informan Tambahan 2

Nama : GS
Umur : 21
Alamat : jember
Tanggal dan waktu penelitian : 14 april 2019

Pertanyaan eksplorasi untuk informan tambahan

Seberapa sering anda berkumpul dengan teman anda ?

Sering mbak, kalo sama ST kemana-mana bareng.

Bagaimana keseharian teman anda dalam bermain sosial media ?

Di kos selalu yang dipegang hp, kemana gak pernah ketinggalan hp

Apakah teman anda sering berbelanja *online* ?

Wah sering banget mbak, sepertinya semua barang-barangnya beli online, kalau jalan-jalan ke lipo atau roxy ya Cuma liat-liat aja kadang beli makanannya aja

Berapa budget yang dikeluarkan dalam membeli barang secara *online* ?

Bisa sampai 300an mbak kalo ditotal sampai satu bulan

Apa saja barang yang sering dibeli oleh teman anda secara *online* ?

Aku lihatnya lebih suka belanja baju, tas sama jilbab mbak

Apakah teman anda sering bergonta ganti barang seperti tas, baju, dan sepatu?

Ganti-ganti mbak, baju apa jilbab apa trust as apa. Kalo ganti baju ya bisa ganti tas juga

Apakah ada hal lain selain iklan yang dapat mempengaruhi teman anda dalam berbelanja *online* ?

Mudah dibujuk temen-temennya mbak, buat beli barengan, kadang tak ajak beli juga mau dianya.

Apakah yang membuat teman anda lebih memilih belanja secara *online*?

Lebih ke barang-barang yang baru ya mbak, terus gak perlu jalan keluar juga cukup dikos bareng-bareng bisa minta pendapat, soalnya dia sering minta pendapat ke temen-temen kos juga

C. Identitas Informan 3

Nama : RN
Umur : 20 Tahun
Alamat : Jl. Bengawan Solo
Tanggal penelitian : 15 april 2019

Daftar Pertanyaan

1. Peneliti : Dari mana anda berasal?
Informan : Puger, Jember.
2. Peneliti : Disini kos atau PP mbak ?
Informan : Aku kos kak
3. Peneliti : Terus mengapa memilih kuliah di Jember? Apa gak pengen kuliah di kota lain ?
Informan : Gak papa mbak lebih dekat sama orang tua
4. Peneliti : Apa pekerjaan orang tua mbaknya ?
Informan : sopir mbak
5. Peneliti : Berapa penghasilan orang tua setiap bulannya?
Informan : Gak tau ya mbak.
6. Peneliti : Kalau uang jajan mbak per bulan berapa ?
Informan : 1.500.000 mbak sama bayar kosan
Peneliti : kalo untuk bayar kos 1 bulan berapa mbak?
Informan : kosanku 1 bulan 400 mbak udah sama listrik dan lainnya.
7. Peneliti : Apa mbak memiliki pemasukan tambahan lain selain dari orang tua setiap bulannya?
Informan : Iya ada. Saya sambil jualan online

- Peneliti : dapet penghasilan sendiri ya mbak. Trus modalnya dari mana mbak?
- Informan : gak modalan mbak. Aku ambil masarin barang orang terus kalo ada yang beli transfer dulu nah baru aku ambilib bajunya di orangnya. Aku ambil untung dikitlah.
8. Peneliti : Apakah mbak mempunyai kegiatan lain selain kuliah?
- Informan : iya selain kuliah ya ikut organisasi kak
9. Peneliti : Seberapa sering intensitas belanja mbak dalam sebulan?
- Informan : Cukup sering lah
10. Peneliti : Berapa biaya yang mbak keluarkan untuk berbelanja setiap bulannya?
- Informan : 100.000 sampai 300.000 mbak tergantung belanja nya apa, kalo pas scencare ya bisa sampai 300 lebih
11. Peneliti : Belanjanya itu pasti di online shop ya ?
- Informan : iya gak semua kak. Kan kalo liat-liat ada yang tertarik di online ya beli. tapi seringnya juga online
12. Peneliti : oh mbak suka beli *online* ? sejak kapan itu mbak?
- Informan : suka belanja *online* pas kuliah ini kak, baru tau jadi ketagihan, kadang 50.000 udah dapet baju yang ngetren kalo di olshop
13. Peneliti : oh pas awal tau *online shop* itu kapan mbak trus tau dari siapa?
- Informan : awal masuk kuliah baru tau online shop. Tau dari temen-temen kos sering banget dapet paket.
14. Peneliti : Mengapa mbak lebih suka belanja online dari pada belanja tradisional ?
- Informan : Lebih mudah dan gak harus keluar-keluar gitu kak. Kan di online juga kadang modelnya itu terbaru semua
15. Peneliti : iya mbak. Trus apa yang membuat mbak tertarik untuk beli produk di *online*?
- Informan :
16. Peneliti : iya bener mbak. Kalau barang yang sering mbak beli apa aja ?
- Informan : *aku seringnya baju sama jilbab mbak, sepatu jarang.*

17. Peneliti : Apa yang menyebabkan anda suka berbelanja kebutuhan sekunder (pakaian, tas, sepatu, dll)?

Informan : Modelnya yang lucu-lucu trus harganya lumayan terjangkau gitu

18. Peneliti : Apa anda pernah kecewa dengan barang yang anda beli secara online?

Informan : pasti pernah lah, misalnya kemaren itu beli bajau tapi gak sesuai sama yang ada digambar mbak, di gambar kayak tebal pas dating ya tipis, yang paling gak mengecewakan kalo online itu beli jilbab.

19. Peneliti : Gak marah gitu mbak atau complain?

Informan : Marah mbak. Tapi mau gimana lagi. Udah biasah juga kayak gitu, sekali gak papa besok gak belanja online disitu lagi.

20. Peneliti : Apakah dalam berbelanja harus membeli barang-barang dari *brand-brand* tertentu?

Informan : Gak mbak. Apa aja pokok aku suka ya beli

21. Peneliti : Apakah anda tertarik berbelanja kerena iklan di online shop sangat menarik?

Informan : *iya. Kadang itu modelnya yang makek idola*

22. Peneliti : Apakah orang tua mbak mengetahui bahwa mbak suka berbelanja?

Informan : Tau

23. Peneliti : Bagaimana tanggapan orang tua mbak mengenai hal ini?

Informan : *Sampai marah waktu itu, ngomel-ngomel tapi hanya bentar aja. Toh itu juga buat kebaikanku mbak*

24. Peneliti : Apakah keluarga mbak suka berbelanja online?

Informan : *gak ada yang suka belanja online mbak mbak,*

26. Peneliti : Apakah anda berbelanja karena ada suatu barang yang sedang trend?

Informan : *enggak mbak.*

27. Peneliti : Apakah mengikuti trend terbaru merupakan suatu kewajiban yang harus mbak ikuti?

Informan : kadang iya kadang enggak mbak

Pedoman Wawancara Penelitian

Identitas Informan Tambahan 3

Nama :
Umur :
Alamat :
Tanggal dan waktu penelitian :

Pertanyaan eksplorasi untuk informan tambahan

Seberapa sering anda berkumpul dengan teman anda ?

Bagaimana keseharian teman anda dalam bermain sosial media ?

Apakah teman anda sering berbelanja *online* ?

Berapa budget yang dikeluarkan dalam membeli barang secara *online* ?

Apa saja barang yang sering dibeli oleh teman anda secara *online* ?

Apakah teman anda sering bergonta ganti barang seperti tas, baju, dan sepatu?

Apakah ada hal lain selain iklan yang dapat mempengaruhi teman anda dalam berbelanja *online* ?

Apakah yang membuat teman anda lebih memilih belanja secara *online*?

D. Identitas Informan 4

Nama : MG
Umur : 20 Tahun
Alamat : Jl. Bengawan Solo
Tanggal penelitian : 15 april 2019

Daftar Pertanyaan

1. Peneliti : Dari mana anda berasal?
Informan : Puger, Jember.
2. Peneliti : Disini kos atau PP mbak ?
Informan : Aku kos mbak
3. Peneliti : Terus mengapa memilih kuliah di Jember? Apa gak pengen kuliah di kota lain ?
Informan : Gak papa mbak lebih dekat sama orang tua
4. Peneliti : Apa pekerjaan orang tua mbaknya ?
Informan : sopir mbak
5. Peneliti : Berapa penghasilan orang tua setiap bulannya?
Informan : Gak tau ya mbak.
6. Peneliti : Kalau uang jajan mbak per bulan berapa ?
Informan : 1.500.000 kak sama bayar kosan
Peneliti : kalo untuk bayar kos 1 bulan berapa mbak?
Informan : kosanku 1 bulan 400 mbak udah sama listrik dan lainnya.
7. Peneliti : Apakah mbak memiliki pemasukan tambahan lain selain dari orang tua setiap bulannya?
Informan : Iya ada. Saya sambil jualan online mbak
Peneliti : dapet penghasilan sendiri mbak. Terus kalau modalnya dari mana mbak?
Informan : gak modalan mbak. Aku ambil masarin barang orang terus kalo ada yang beli transfer dulu nah baru aku ambil barang yang di pesen ke orangnya. Aku ambil untung dikitlah.

8. Peneliti : Apakah mbak mempunyai kegiatan lain selain kuliah?
Informan : iya selain kuliah ya ikut organisasi kak
9. Peneliti : Seberapa sering intensitas belanja mbak dalam sebulan?
Informan : Cukup sering lah , aku jualan mbak suka khilaf kalo ada model baru
12. Peneliti : oh mbak suka beli *online* ? sejak kapan itu mbak?
Informan : sejak SMA mbak beli bareng mama, bareng temen-temen.
13. Peneliti : oh pas awal tau *online shop* itu kapan mbak trus tau dari siapa?
Informan : awal banget itu sejak kelas SMA, tau dari instagram, facebook dari mama juga
10. Peneliti : Berapa biaya yang mbak keluarkan untuk berbelanja setiap bulannya?
Informan : 100.000 sampai 300.000 mbak tergantung belanja nya apa gitu
11. Peneliti : Belanjanya itu pasti di *online shop* ya ?
Informan : iya gak semua kak. Kan kalo liat-liat ada yang tertarik di *online* ya beli. tapi seringnya juga *online*, kalau keperluan lain gak *online* mbak
14. Peneliti : Mengapa mbak lebih suka belanja *online* dari pada belanja tradisional ?
Informan : Lebih mudah dan gak harus keluar-keluar gitu kak. Kan di *online* juga kadang modelnya itu terbaru semua
15. Peneliti : iya mbak. Trus apa yang membuat mbak tertarik untuk beli produk di *online*?
Informan : Kalau aku suka belanja *online* itu ya karna praktis dan tidak ribet. Gak perlu pergi ke tokonya mbak cukup lihat di HP pembayaran cukup transfer lalu barang datang kira-kira 3 harian mb. Biasanya aku seringnya belanja di Shopee dan pembayarannya pakek aplikasi OVO. Selain itu aku beli itu karna modelnya lucu trus kadang lagi ngetren jadi beli. liat harga juga pokok pas di dompet.
16. Peneliti : iya bener mbak. Kalau barang yang sering mbak beli apa aja ?

- Informan : aku seringnya baju sama jilbab mbak, sepatu jarang.
17. Peneliti : Apa yang menyebabkan anda suka berbelanja kebutuhan sekunder (pakaian, tas, sepatu, dll)?
- Informan : Modelnya yang lucu-lucu terus harganya lumayan terjangkau. Seringkali aku berbelanja suatu produk yang lagi ngehits dan baru. Muncul keinginan untuk memiliki barang itu dan timbul rasa tidak puas jika tidak bisa memilikinya. Barang tersebut misalnya tas, pakaian, kosmetik, sepatu. Tujuanku supaya lebih keren saat di kampus dan kalau bias aku dulu yang punya barang tu sih!”.
18. Peneliti : Apa anda pernah kecewa dengan barang yang anda beli secara online?
- Informan : ya pasti pernah lah, misalnya kemaren itu beli baja tapi gak sesuai sama yang ada digambar mbak.
19. Peneliti : Gak marah gitu mbak atau complain?
- Informan : Marah mbak. Tapi mau gimana lagi. Udah biasah juga kayak gitu, sekali gak papa besok gak belanja online disitu lagi.
20. Peneliti : Apakah dalam berbelanja harus membeli barang-barang dari *brand-brand* tertentu?
- Informan : Gak lah mbak. Apa aja yang penting aku suka ya beli
21. Peneliti : Apakah anda tertarik berbelanja karena iklan di online shop sangat menarik?
- Informan : iya. Kadang itu modelnya yang makek idola aku
22. Peneliti : Apakah orang tua mbak mengetahui bahwa mbak suka berbelanja?
- Informan : Tau mbak
23. Peneliti : Bagaimana tanggapan orang tua mbak mengenai hal ini?
- Informan : Sampai marah gitu, ya ngomel-ngomel tapi hanya bentar aja. Toh itu juga buat kebbaikanku kak
24. Peneliti : Apakah keluarga mbak suka berbelanja online?

- Informan : Keluarga saya gak suka belanja online kak, katanya ibu enak beli langsung ke toko bisa liat langsung bisa liat bahannya sama bisa dicoba kan kalau online gak bisa dicoba
26. Peneliti : Apakah anda berbelanja karena ada suatu barang yang sedang trend?
- Informan : iya kak, ya kan kalo kita punya sesuatu yang sama kayak yang lainnya kan kita gak minder kak, asal barangnya gak terlalu mahal
27. Peneliti : Apakah mengikuti trend terbaru merupakan suatu kewajiban yang harus mbak ikuti?
- Informan : kadang iya kadang enggak kak

Pedoman Wawancara Penelitian

Identitas Informan Tambahan

- Nama :
- Umur :
- Alamat : :
- Tanggal dan waktu penelitian :

Pertanyaan eksplorasi untuk informan tambahan

- Seberapa sering anda berkumpul dengan teman anda ?
- Bagaimana keseharian teman anda dalam bermain sosial media ?
- Apakah teman anda sering berbelanja *online* ?
- Berapa budget yang dikeluarkan dalam membeli barang secara *online* ?
- Apa saja barang yang sering dibeli oleh teman anda secara *online* ?
- Apakah teman anda sering bergonta ganti barang seperti tas, baju, dan sepatu?
- Apakah ada hal lain selain iklan yang dapat mempengaruhi teman anda dalam berbelanja *online* ?
- Apakah yang membuat teman anda lebih memilih belanja secara *online*?

A. Identitas Informan 5

Nama : FT
Umur : 20 Tahun
Alamat : Jl. Bengawan Solo
Tanggal penelitian : 15 april 2019

Daftar Pertanyaan

1. Peneliti : Dari mana anda berasal?
Informan : Klaten
2. Peneliti : Disini kos atau PP mbak ?
Informan : Aku kos mbak
3. Peneliti : Terus mengapa memilih kuliah di Jember? Apa gak pengen kuliah di kota lain ?
Informan : tujuannya memang disini mbak
4. Peneliti : Apa pekerjaan orang tua mbaknya ?
Informan : PNS mbak
5. Peneliti : Berapa penghasilan orang tua setiap bulannya?
Informan : kurang lebih ya 5 jutaan mbak.
6. Peneliti : Kalau uang jajan mbak per bulan berapa ?
Informan : uang jajan aja 500.000 mbak beda sama uang makan, kos dan keperluan lain.
7. Peneliti : Apakah mbak memiliki pemasukan tambahan lain selain dari orang tua setiap bulannya?
Informan : Iya ada. Jualan online
Peneliti : dapet penghasilan sendiri ya mbak. Trus modalnya dari mana mbak?
Informan : yang jatah jajan 500.000 itu mbak dikit-dikit jualan jilbab
8. Peneliti : Apakah mbak mempunyai kegiatan lain selain kuliah?
Informan : gak ada mbak cuma nyambi jualan online
9. Peneliti : Seberapa sering intensitas belanja mbak dalam sebulan?
Informan : sering banget malah, suka ambil jilbab-jilbab keluaran terbaru itu, tapi bisnis ya bisnis mbak tetep bayar walau dagangan sendiri

10. Peneliti : Berapa biaya yang mbak keluarkan untuk berbelanja setiap bulannya?
- Informan : tergantung belanjanya. Jilbab aja ya 100.000 itu bisa dapet 2 sampai 3, tergantung model jilbab.
11. Peneliti : selain beli di sendiri pernah beli di lainnya?
- Informan : beli di lainnya ya produk lain mbak kayak baju itu aku kan gak jual, soalnya temen sendiri kan, kadang dia beli di aku ya saling menguntungkan
12. Peneliti : oh mbak suka beli online ? sejak kapan itu mbak?
- Informan : sejak dulu, sma mulai kenal online shop
13. Peneliti : oh pas awal tau online shop itu kapan mbak trus tau dari siapa?
- Informan : sma tau dari temen-temen , temen ada yang jualan lah trus aku juga ikut-ikut jualan.
14. Peneliti : Mengapa mbak lebih suka belanja online dari pada belanja tradisional ?
- Informan : karna merasa diuntungkan banget mbak sebagai mahasiswa gini, waktu dihabiskan dikampus, ngerjain tugas, kalo harus jalan-jalan lagi wes capek. Kalo online kan lebih santai bisa sambil tiduran belanja sesuka ga perlu dapat sinisan dari penjaga toko juga. Selain itu juga gak bisa nawar mbak aku kalo di pasar, selain itu karna produk yang ijual online itu slalu terbaru mbak update sama yang lagi boming jadi kepincut buat beli dan beli online.
15. Peneliti : Trus apa yang membuat mbak tertarik untuk beli produk di online?
- Informan : Aku kadang beli barang-barang ini sebenarnya gak penting mbak, tapi idolaku pakai ini, ya beli aku. Ketika aku belanja online itu ada kesenangan tersendiri mbak, kalau barang yang datang bagus dan sesuai keinginan saya senang mbak dan ingin beli lagi. Rasanya PD aja mbak makainya dan sama dengan idolaku mb...wuiih tambaah sueneng bangeet.”

Selain itu juga karna ada discount biasanya kalau jilbab beli 3 dapat potongan lima ribu kan lumayan mbak, Selain itu karna temen mbak, kadang temen nawarin, gak enak juga kalo gak beli aku kan juga jualan.

16. Peneliti : iya bener mbak. Kalau barang yang sering mbak beli apa aja ?

Informan : seringnya baju sama jilbab mbak

17. Peneliti : Apa yang menyebabkan anda suka berbelanja kebutuhan sekunder (pakaian, tas, sepatu, dll)?

Informan : soalnya buat menunjang penampilan mbak, kalo penampilannya bagus kan jadi percaya dirinya nambah.

18. Peneliti : Apa anda pernah kecewa dengan barang yang anda beli secara online?

Informan : Pernah mbak kayak warna gak sama kayak di fotonya . tapi yang pasti kalau pertama beli itu bagus aku langsung langganan aja gitu kadang beli jual lagi malah kalo ada yang mau

Peneliti : Ketika merasa kecewa dengan barang yang mbak beli, apa yang mbak lakukan?

Informan : Yang pasti complain mbak, buat masukkan penjualnya aja. pas beli jilbab pernah warna gak sama kayak di fotonya mustard jadi kuning.

Peneliti : Bagaimana proses tranaksi yang biasa mbak lakukan ketika belanja online?

Informan : aku sering liat-liat ig mbak. Kan biasanya di profil ig ada no wa admin atau yang jual itu, nah tinggal wa aja screen shoot gambarnya dikirim terus bayar, udah. Sama kayak aku pas jualan selalu transfer duluan yang beli. Selain itu juga bisa COD kalau belinya di tempat temen sendiri.

Peneliti : oh gitu mbak enak kalu COD gak biaya ongkir. Kalau belinya luar kota biasanya gimana mbak dengan pengirimannya?

Informan : Udah ada JNE, JNT mbak gampang. Sehari dua hari udah sampai paling lambat 4 harian kalau ekspedisi overload.

20. Peneliti : Apakah dalam berbelanja harus membeli barang-barang dari brand-brand tertentu?

Informan : iya mbak. Untuk brand yang lumayan aku suka sama oriflame kak, kayak ini tas dan jam ini brand dari oriflame

21. Peneliti : Apakah anda tertarik berbelanja kerena iklan di online shop sangat menarik?

Informan : pastinya mbak. Berbagai tawaran ditawarkan mbak, apalagi di shopee itu kadang buy 1 get 1 free trus discount sampai 50% kadang juga gratis ongkir.

22. Peneliti : Apakah orang tua mbak mengetahui bahwa mbak suka berbelanja?

Informan : Tau

23. Peneliti : Bagaimana tanggapan orang tua mbak mengenai hal ini?

Informan : suka diomelin sama mama mbak, jilbab udah banyak tetep beli.

24. Peneliti : Apakah keluarga mbak suka berbelanja online?

Informan : iya suka mbak. "Semua keluargaku sudah terbiasa berbelanja online menggunakan banyak aplikasi seperti Shopee, Gojek dengan pembayaran menggunakan OVO. Mereka tidak suka belanja di pasar karena ribet dan masih harus tawar menawar, panas juga mb. Mama suka ngajak beli online, dan sering kasih tau toko online yang bagus-bagus ke aku."

26. Peneliti : Apakah anda berbelanja karena ada suatu barang yang sedang trend?

Informan : iya mbak, kemaren jilbab yang ngetrend bella square, beli hampir semua warna la kan murah mbak. Jualan bisa gak untung mbak akunya aja juga ambil-ambil jilbab terus.

27. Peneliti : Apakah mengikuti trend terbaru merupakan suatu kewajiban yang harus mbak ikuti?

Informan : wajib gak wajib mbak, tapi hamper semua kayaknya kalo ada trend baru harus ngikutin kalo gak gitu dibilang kudet.

Lampiran F. Dokumentasi Penelitian



wawancara dengan informan



Foto pada saat wawancara dengan informan



Barang yang di beli informan



Barang yang di beli informan



Barang yang di beli oleh informan



Barang yang dibeli oleh informan



Paket belanja online



Paket belanja online informan



Lampiran G. Lembar Konsultasi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Nurul Wida Arisma
NIM/ Angkatan : 140210301023/ 2014
Jurusan/ Prog. Studi : IPS / Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : *Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*
Pembimbing I : Dr. Pudjo Suharso, M. Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Rabu, 21-3-18	JUDUL	✓
2.	Kamis, 26-7-18	BAB I, II dan III	✓
3.	Rabu, 08-8-18	BAB I, II dan III	✓
4.	Rabu, 31-10-18	BAB II dan III	✓
5.	Rabu, 09-1-19		✓
6.			
7.	Kamis, 24-10-19	BAB 4 dan 5	✓
8.	Kamis, 7-11-19	BAB 4 dan 5	✓
9.	Kamis, 21-11-19	BAB 4 dan 5	✓
10.	Kamis, 5-12-19	BAB 4 dan 5	✓
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Nurul Wida Arisma
NIM/ Angkatan : 140210301023/ 2014
Jurusan/ Prog. Studi : IPS / Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : *Online Shop* dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program
Studi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember
Pembimbing 11 : Dr. Sukidin, M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Rabu, 28-3-18	JUDUL	<i>[Signature]</i>
2.	Kamis, 5-4-18	BAB I	<i>[Signature]</i>
3.	Selasa, 24-7-18	BAB I dan II	<i>[Signature]</i>
4.	Kamis, 16-8-18	BAB I dan II	<i>[Signature]</i>
5.	Rabu, 31-10-18	BAB II dan III	<i>[Signature]</i>
6.	Senin, 12-11-18	BAB II dan III	<i>[Signature]</i>
7.	Rabu, 30-01-19		<i>[Signature]</i>
8.			<i>[Signature]</i>
9.			<i>[Signature]</i>
10.	Kamis, 12-9-19		<i>[Signature]</i>
11.	Kamis, 17-10-19		<i>[Signature]</i>
12.	Senin, 9-12-19		<i>[Signature]</i>
13.			<i>[Signature]</i>
14.			<i>[Signature]</i>
15.			<i>[Signature]</i>

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran H Surat Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 2060/UN25.1.5/LT/2019
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 MAR 2019

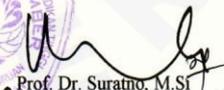
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Nurul Wida Arisma
NIM	: 140210301023
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember dengan judul "Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember". Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih

a.n. Dekan
Wakil Dekan I,

Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP 196706251992031003

*Lampiran I Daftar Riwayat Hidup***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. IDENTITAS**

1. Nama : Nurul Wida Arisma
2. Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 29 Oktober 1996
3. Agama : Islam
4. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Sugito
 - b. Ibu : Rumbiyati
5. Alamat : Desa Plampangrejo, RT01/RW03
Kecamatan Cluring
Kabupaten Banyuwangi

B. PENDIDIKAN

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun
1.	SD N 2 Plampangrejo	Banyuwangi	2008
2.	SMP Negeri 2 Purwoharjo	Banyuwangi	2011
3.	SMA Negeri 1 Tegaldlimo	Banyuwangi	2014