

## FENOMENA KONSUMERISME DIKALANGAN MAHASISWA UIN GUSDUR PEKALONGAN TERHADAP MEDIA ONLINE SHOP

Fradisa Bunga Riskia<sup>1</sup>, Yunita Lisnaningtyas Utami<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: bungafradisa@gmail.com<sup>1</sup>, yunita.lisnaningtyasutami@uingusdur.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak media online shop pada gaya hidup dan tingkat konsumtif pada remaja dan mahasiswa. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa data primer dan sekunder. Data primer diambil dari wawancara pada mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan. Dan untuk data sekunder didapat dari penelitian - penelitian sebelumnya yang sesuai dan mendukung penelitian ini. Hasil dari penelitian ini didapat bahwa antara media online shop dengan perubahan gaya hidup serta konsumerisme pada masyarakat terutama kalangan remaja saling berkaitan. Di zaman modern ini para remaja mudah terpengaruh dengan lingkungan pergaulan sekitar mereka. Seperti pada saat terdapat trend baru anak remaja cenderung memiliki ambisi untuk mengikuti trend tersebut. Hal ini tentu juga berpengaruh oleh gaya hidup mereka serta menambah tingkat konsumtif mereka terhadap produk - produk yang belum tentu sebagai kebutuhan mereka. Walaupun demikian media online shop tidak hanya berdampak buruk tetapi juga baik bagi kehidupan sehari-hari.

**Kata kunci:** online shop, gaya hidup, konsumtif

**ABSTRACT:** This research aims to analyze the impact of online shop media on lifestyle and consumption levels among teenagers and students. This research uses a qualitative descriptive research method with data collection methods in the form of primary and secondary data. Primary data was taken from interviews with UIN Gusdur Pekalongan students. And for secondary data obtained from previous research which is appropriate and supports this research. The results of this research show that online shop media and changes in lifestyle and consumerism in society, especially among teenagers, are interrelated. In this modern era, teenagers easily influenced by the social environment around them. For example, when there is a new trend, teenagers tend to have the ambition to follow this trend. This of course also influences their lifestyle and increases their level of consumption of products that are not necessarily what they need. However, Online shop media not only has a bad impact but also a good impact on everyday life.

**Keywords:** online shop, lifestyle, consumption

### 1. PENDAHULUAN

Internet merupakan salah satu hasil kemajuan teknologi yang paling berpengaruh dalam beberapa dekade terakhir dan memiliki manfaat besar dalam berbagai bidang kehidupan, seperti komunikasi, pendidikan, bisnis, hiburan bahkan kesehatan. Dengan semua manfaat ini, internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, belajar, dan bersenang-senang. Di Indonesia internet sangat bermanfaat bagi beberapa aspek yang penting untuk kehidupan masyarakat.

Hadirnya internet sekarang ini menorehkan big impact bagi manusia. Dalam internet terdapat berbagai jenis media sosial yang dapat membantu kita mendapatkan informasi yang sekiranya kita perlukan (Antow, 2016). Pada masa lampau internet memiliki fungsi yang terbatas, yaitu hanya sebatas layanan pencari data, sebagai alat informasi serta

alat komunikasi.namun sekarang internet dapat pula dimanfaatkan dan digunakan sebagai media marketing,salah satunya dengan cara online.

Era sekarang ini dapat kita lihat bahwa begi banyak dan pesat perkembangan situs belanja online.seperti toko-toko lokal yang menyediakan produk tentunya dengan kelebihan dan kekurangannya masing-masing.sehingga situs belanja online ini dapat menjadi sebuah wadah bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli,bagi para penjual mereka dapat memasarkan berbagai macam produk mereka sama halnya dengan pembeli, mereka dapat mencari berbagai produk yang mereka butuhkan.situs ataupun platform jual beli online yang sedang marak saat ini diantaranya seperti shoope,Lazada, Tokopedia, blibli.com dan masih banyak lagi (Jis\_vyl, Raka Ricky, n.d.)

Media online shop digunakan dan dimanfaatkan oleh berbagai kalangan,akan tetapi remaja dan mahasiswa merupakan mayoritas dari penggunaan-nya.Mahasiswa merupakan remaja yang peka dan mudah memahami kemajuan serta perkembangan teknologi.selain itu mereka juga cukup aktif dalam penggunaan jejaring sosial lainnya,sehingga rentan tergoda dengan kemudahan belanja yang ada pada online shop.

Media Online shop ini disambut cukup positif oleh masyarakat secara luas yang mencakup semua kalangan,baik anak remaja maupun orang dewasa.hal ini diasumsikan bahwa kebanyakan dari mereka (konsumen) memilih gaya hidup dengan serba praktis selain itu juga didukung dengan mobilitas yang tinggi(Oentario et al., 2017). Akan tetapi minat remaja pada media online shopping ini ikut mempengaruhi gaya hidup dan kecenderungan dalam berperilakunya. Hal ini bukan hanya mempengaruhi satu individu tersebut namun juga dapat berdampak pada lingkungan sekitarnya.Lebih dari pada itu ,saat ini batasan antara keinginan dengan kebutuhan turut memudar, sehingga mengakibatkan banyak remaja yang melegalkan konsumsi tanpa memikirkan fungsi, esensinya dan juga harga.prilaku konsumsi yang semakin tinggi ini dapat memberikan dampak yang buruk bagi kebiasaan mereka para remaja, seperti halnya muncul prilaku konsumtif.(Mustomi et al., 2020) Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan faktor kebutuhan yang masuk akal. Adanya Fenomena perilaku konsumtif ini diyakini akan terus berkembang, dikarenakan banyaknya faktor yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah gaya hidup.(Anggraini et al., 2017)

Gaya hidup adalah cara individu menjalani kehidupan sehari-hari mereka, termasuk kebiasaan, aktivitas, pola makan, dan preferensi yang mencerminkan nilai, kepentingan, dan prioritas mereka. Gaya hidup seseorang dapat bervariasi dari orang ke orang dan mencakup aspek-aspek seperti kesehatan, kegiatan sosial, pekerjaan, dan hobi.mahasiswa sebagai remaja jenjang akhir pada umumnya gampang terpengaruh dengan apa yang dikenakan oleh kebanyakan teman sebaya mereka, seperti halnya lingkungan kampus. Kelompok teman sebaya dan lingkungan sekitarnya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seorang remaja terhadap bagaimana perilakunya.(Marganingsih et al., 2019)

Adanya fenomena konsumtif dikalangan para mahasiswa maupun remaja lainnya tentunya sangat tidak asing.gaya hidup menjadi faktor utama adanya perilaku konsumtif ini.dari sudut pandang beberapa mahasiswa maupun remaja mengikuti trend sangatlah penting, sehingga terkadang membuat mereka membeli barang-barang bukan karena kebutuhan melainkan karena keinginan.didukung dengan adanya online shop,sehingg mereka tidak perlu membuang tenaga untuk membeli suatu barang dan terkesan lebih praktis.tetapi tentu tidak semua mahasiswa beranggapan seperti itu,karna dilihat kembali bahwa mahasiswa merupakan remaja pada jenjang akhir,oleh karena itu banyak dari mereka juga yang lebih bijak dalam menggunakan media online shop sehingga tidak terkesan over konsumtif.

Konsumerisme adalah fenomena yang memengaruhi banyak aspek kehidupan dalam masyarakat, termasuk mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk membantu dalam memahami bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa dalam menggunakan median online shop dan apa dampaknya pada lingkungan, dan kesejahteraan mereka sendiri.

Melalui penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang dampak konsumerisme berlebihan terhadap keuangan pribadi, keberlanjutan, dan kesejahteraan mental. dan dapat membantu mereka membuat keputusan konsumsi yang lebih bijak. selain itu, mahasiswa juga dapat berkontribusi pada perubahan sosial dengan mempromosikan nilai-nilai konsumsi yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Hasil penelitian dapat memberikan wawasan kepada seluruh masyarakat baik remaja maupun orang dewasa untuk lebih bijak dalam konsumsi dan menggunakan kemajuan teknologi. selain itu sebagai masukan kepada lembaga pendidikan dan pemerintah tentang bagaimana mengelola isu konsumerisme di kalangan mahasiswa. dan diharapkan dapat mendukung pengembangan kebijakan dan program pendidikan yang lebih baik.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

### **2.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah strategi yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena atau kejadian secara rinci. Tujuan kami adalah untuk memberikan gambaran mendalam tentang objek penelitian ini, khususnya terkait perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh keberadaan online shop berdasarkan informasi yang teramati di lapangan. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengidentifikasi, meneliti, menggambarkan, dan menjelaskan secara rinci kasus-kasus permasalahan yang muncul di lapangan.

### **2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, melibatkan beberapa mahasiswa yang menggunakan platform online shop pada setiap fakultas. Proses penelitian dilakukan dalam beberapa hari. Selama periode tersebut, peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara dan mencari data sekunder terkait penelitian, kemudian menganalisis hasilnya untuk menyusun penelitian lebih lanjut.

### **2.3 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, data diartikan sebagai fakta yang berfungsi sebagai bahan sumber untuk menyusun suatu pendapat, keterangan yang benar, dan informasi atau bahan yang digunakan untuk penalaran dan penyelidikan. Dalam penelitian ini, terdapat dua sumber data, yakni primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah diwawancarai. Sementara sumber data sekunder diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dan mendukung penelitian ini.

## 2.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini memanfaatkan metode pengumpulan data melalui wawancara terstruktur. Kami melakukan wawancara tatap muka dan menggunakan media chat online melalui aplikasi WhatsApp. Dalam metode ini, kami mencari informasi dari mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan di setiap fakultas, yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian. Responden yang kami cari adalah mereka yang terbiasa dan sering menggunakan platform online shop untuk berbelanja. Dalam pendekatan deskriptif, hasil wawancara dijabarkan sesuai dengan pernyataan responden.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti uraian, diagram, atau tabel. Pada penelitian ini, data disajikan dalam bentuk uraian paragraf. Kesimpulan dari penelitian ini diambil dengan merangkum kalimat-kalimat yang mencerminkan ide-ide yang telah ditemukan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Penggunaan media online shop dikalangan remaja

Perkembangan Internet di seluruh dunia memberikan dampak signifikan bagi masyarakat. Penggunaan media sosial melalui Internet tidak hanya terbatas pada orang dewasa, tetapi juga merambah ke kalangan remaja. Saat ini, online shop menjadi salah satu penggunaan media sosial yang banyak diminati oleh remaja. Remaja memanfaatkan online shop untuk mencari dan membeli berbagai produk. Saat ini, tersedia berbagai platform online shop yang menawarkan keunggulan dan kelebihan masing-masing.

Dalam penelitian ini telah dilakukan wawancara kepada beberapa informan yang sering menggunakan media online shop, yaitu pada mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan. Pada wawancara ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan salah satunya yaitu alasan mengapa mereka menggunakan media online shop dan apa platform favorit mereka untuk melakukan transaksi jual beli online.

“aku lebih lebih suka beli barang di online shop sih dibanding toko langsung. biasanya kalau aku sering pake platform lazada” (Dhevi A. mahasiswa PAI UIN Gusdur, 2023)

“yaps betul, aku sering belanja di online. soalnya menurutku lebih praktis dan juga lebih hemat, praktis, banyak pilihan dan tentunya banyak diskon” (Rina A. Mahasiswa PBS UIN Gusdur, 2023)

“aku milih belanja online soalnya menurutku lebih hemat, hemat segalanya lah pokoknya” (fiiaa, Mahasiswa PBS UIN Gusdur, 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan kebanyakan anak remaja zaman sekarang lebih suka berbelanja secara online. dari beberapa alasannya sendiri yaitu karena menurut mereka berbelanja secara online dapat lebih lebih menghemat biaya, baik itu biaya untuk berbelanja ataupun biaya transportasinya. selain itu mereka juga tidak perlu mengeluarkan terlalu banyak tenaga jika dibandingkan dengan berbelanja secara langsung dengan datang ke toko. sekaligus juga saat berbelanja online kita tidak hanya memiliki satu pilihan toko melainkan banyak pilihan. dengan beberapa alasan ini tentunya kebanyakan anak remaja akan lebih

memilih berbelanja dengan harga yang sesuai dengan kondisi dan kantong mereka. yaitu dengan bertransaksi jual beli secara online baik pada platform shoope, Lazada, tik tok maupun platform belanja online lainnya.

(Hasil et al., n.d.) mengungkapkan jika membeli secara online merupakan salah satu pilihan dengan alasan kenyamanan yang didapat. belanja secara online dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. ini merupakan keunggulan online dibanding dengan secara tradisional. disebabkan oleh dampak ke-praktisan inilah remaja memilih belanja secara internet ataupun online.

### 3.2 Keterkaitan media online shop dengan gaya hidup mahasiswa

Setiap manusia pasti memiliki gaya hidupnya mereka masing-masing. Gaya hidup mencakup kebiasaan, aktivitas, makanan, dan nilai-nilai yang dipilih dan diterapkan seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Gaya hidup bisa berubah kapan saja, terutama dengan kemajuan internet yang mempermudah akses terhadap berbagai trend terkini. Pada kalangan remaja, mereka aktif mengikuti tren terkini, terutama dalam hal fashion. Mereka mencari produk-produk yang sedang populer namun tetap terjangkau. Dalam hal ini, media online shop berperan penting membantu mereka mendapatkan produk sesuai dengan preferensi mereka.

Ambisme untuk selalu mengikuti trend juga didukung dengan kemudahan dalam mendapatkan produk tentunya berpengaruh kepada gaya hidup mereka. gaya hidup yang lebih positif ataupun negatif. berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa narasumber dari mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan yang merupakan bagian dari generasi milenial dan generasi Gen.z memberikan beberapa tanggapan mereka mengenai topik tersebut.

“aku ga sering sih belanja, mungkin biasanya aku beli novel yang lagi rame sama make up yang soft ala korean look gitu” (Naila M, Mahasiswa TBIG UIN Gusdur, 2023)

“semisal ada kayak baju ataupun blous dan sejenisnya dan aku suka intinya cocok sama selera aku, biasanya aku langsung cari di platform yang banyak diskon sih kayak tik tok pas ada live” (kia, Mahasiswa PBS UIN Gusdur, 2023)

“Barang-barang yang lucu dan saya suka ga tau butuh banget apa gaa juga sih, tapi saya beli soalnya lucu” (Rina A. Mahasiswa PBS UIN Gusdur, 2023)

Hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan yang menggunakan media online shop dalam berbelanja, serta turut merasakan pergantian trend-trend yang begitu cepat mengungkapkan beberapa pendapat mereka mengenai hal tersebut. sebagian dari mereka sangat merasakan perubahan pada gaya hidup mereka, terutama dalam hal per-fashionan. ketika terdapat trend fashion baru mereka akan langsung mencari platform belanja online dengan harga murah dan terdapat banyak diskon. segingga semakin banyak diskon dari platform belanja online maupun toko toko di dalamnya, mereka akan semakin tergiur untuk membeli produk-produk trend tersebut. dan tentunya memberi perubahan pada gaya hidup mereka.

(Febriana et al., 2021) menyatakan bahwa konsumen memiliki kebebasan lebih dengan adanya ketersediaan berbagai jenis alternatif merek yang juga didukung oleh penjualan secara online. Gaya hidup saat ini merupakan salah satu alasan dari pembeli

yang dilakukan konsumen sekaligus sebagai motivasi konsumen dalam memilih produk yang mereka inginkan.

Sehingga sesuai dengan hasil penelitian (Gumulya et al., 2013) para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang ber-merk ataupun lucu karena hanya untuk mengikuti trend terkini dan agar dapat diterima oleh teman-temannya daripada membeli Barang-barang yang lebih penting dan bermanfaat. (Fitria, 2015) menyatakan bahwa kebiasaan serta gaya hidup seseorang dapat berubah dalam waktu yang singkat, perubahan ini dapat mengarah pada kehidupan yang mewah dan kecenderungan yang berlebihan, dan pada akhirnya menimbulkan perilaku konsumtif.

### 3.3 Faktor penyebab perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa

Dewasa ini perilaku konsumtif begitu banyak ditemui disekitar kita. Tidak hanya orang dewasa, namun juga remaja, generasi milenial, dan Gen Z terlibat dalam perilaku konsumtif dan penggunaan media sosial, khususnya online shop. Pengaruh media sosial sangat besar dalam kehidupan sehari-hari, terlihat dari bagaimana remaja aktif di platform sosial dan mengikuti tren terkini. Hal ini tercermin dalam gaya berpakaian, aksesoris yang mereka kenakan, dan aspek lainnya. Oleh karena itu, mereka cenderung menggunakan media online shop karena banyak produk yang belum tersedia di toko konvensional tetapi sudah dapat ditemukan di platform online. Pada bagian ini terdapat beberapa tanggapan dari beberapa mahasiswa UIN Gusdur.

*“aku beli barang ya semisal emang ada uang. biasanya bisa setiap minggu CO barang di shoope, tik tok” (Khusnul, Mahasiswa PBS UIN Gusdur, 2023)*

*“Adanya trend-trend baru itu ngaruh banget sih, kayak apa-apa langsung pengen beli juga, dan kerasa lebih boros juga” (Dila, Mahasiswa PGMI UIN Gusdur, 2023)*

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada sebagian mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan, banyak dari mereka yang mengatakan bahwa dengan adanya media online shop ini membuat mereka sering membeli barang-barang, baik untuk kebutuhan maupun hal-hal yang kurang penting. Beberapa dari mereka bisa membeli barang secara online selama 1 bulan 4 kali, 1 bulan 3 kali bahkan lebih. Mereka kerap terguyur dengan barang yang menurut mereka lucu, entah itu digunakan maupun tidak. Karena dalam berbelanja online mereka bisa membeli makanan, pakaian, make up, aksesoris dan lain-lain hanya dengan bersantai bahkan rebahan. Selain itu ketika mereka merasa bosan sadar atau tanpa mereka sadari dengan sendirinya mereka akan membuka aplikasi online shop, sama halnya seperti kebiasaan. Sehingga saat mereka merasa sedang memiliki uang yang cukup mereka akan langsung membeli barang tersebut. Selain itu pergaulan dan lingkungan mereka juga menjadi sebab mereka memiliki perilaku konsumtif tersebut.

Pada penelitian (Tripambudi, 2018) dijelaskan bahwa konsumtif yakni pemanfaatan barang dan jasa pada situasi tertentu yang berlebihan dan boros yang mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan dan dapat dikatakan memprioritaskan gaya hidup. Hal ini didukung pula dengan penelitian dari (Ekonomi et al., 2021) bahwa munculnya hubungan dengan perilaku konsumtif pada online shopping yaitu karena faktor lingkungan pergaulan yang mendukung adanya rasa kompetitif dalam mengikuti trend sehingga memberikan pengaruh terhadap remaja. (Minanda et al., n.d.) Beragam faktor yang membuat konsumen terpengaruh dalam berbelanja online diantaranya adalah

berbelanja karena terdapat banyak diskon, menjaga penampilan diri, untuk mengikuti trend-trend masa ini, berbelanja disebabkan korban iklan.

### 3.4 Dampak positif dan negatif media online shop dikalangan remaja

Media online shop yang sedang ramai di kalangan muda mudi bahkan orang dewasa sekarang ini tentunya memiliki beberapa hal baik dan buruk. Hal ini dapat dirasakan bagi para pengguna online shop. Menurut pendapat dari beberapa mahasiswa UIN Gusdur Pekalongan online shop membetakan dampak yang jelas dalam kehidupan sehari-hari mereka. Media online shop memiliki dampak positif dan negatif di kalangan remaja dan mahasiswa. Di antaranya yaitu sebagai berikut:

“banyak banget eunggulannya ayak banya pilihan toko, hemat biaya apa aja, dan ga perlu mengeluarkan banyak tenaga” (Naila, Mahasiswa TBIG UIN Gusdur, 2023)

“sebenarnya online shop memeberikan banyak dampak buat kehidupan sehari-hari kita, dampak positif maupun negatif dan masing-masing orang pasti berbeda juga” (Nana, Mahasiswa HES UIN Gusdur, 2023)

Berikut merupakan dampak positif dari online shop :



Gambar 1. Dampak positif dari Online Shop

Beberapa Dampak positif media online shop yang pertama adalah Hemat, media online memudahkan anak-anak remaja (mahasiswa) dalam membeli barang yang sesuai dengan isi kantong mereka. Selain itu mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk transportasi ke toko-toko yang secara fisik. Kemudian Kemudahan Akses, Media online shop memberikan akses mudah ke berbagai produk dan barang dari berbagai tempat. Hal ini memungkinkan remaja dan mahasiswa untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan tanpa harus pergi ke toko fisik. Setelah itu terdapat Pilihan yang banyak, Online shop menyediakan beragam pilihan produk dengan berbagai merek dan harga. Ini memungkinkan konsumen untuk membandingkan produk dan memilih yang terbaik sesuai dengan anggaran mereka. Selain itu mendukung Kemampuan Belajar: Berbelanja online dapat mengajarkan remaja dan mahasiswa tentang manajemen uang, perbandingan harga, dan keterampilan berbelanja yang bijaksana.

Berikut merupakan dampak negatif dari online shop :



Gambar 2. Dampak negatif dari online shop

Berikut dampak negatif online shop :

Online shop menimbulkan perilaku Konsumtif/pemborosan, Kemudahan berbelanja online dapat menyebabkan ketidak bijakan remaja dan mahasiswa dalam mengatur keuangan mereka. Remaja dan mahasiswa mungkin mudah tergoda untuk membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan dan akhirnya terkesan pemborosan. Selain itu juga menimbulkan Kecanduan Belanja: Beberapa remaja dan mahasiswa dapat menjadi kecanduan belanja online, yang tentunya dapat merusak kesejahteraan finansial dan menjadi over konsumtif. Penipuan dan Keamanan: Ada risiko penipuan online, di mana remaja dan mahasiswa dapat menjadi korban. Mereka mungkin membeli produk palsu atau melakukan transaksi dengan penjual yang tidak jujur. Online shop juga menimbulkan Perbandingan Sosial: Media online shop sering menampilkan gaya hidup yang sesuai dengan trend masa kini. Hal ini dapat mendorong remaja dan mahasiswa untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain, menyebabkan tekanan sosial dan masalah kepercayaan diri.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan topik pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa Bahwa dewasa ini kebanyakan orang terutama para remaja dan mahasiswa cenderung lebih memilih untuk membeli barang secara online dibanding dengan membeli di toko fisik. Dengan adanya media online shop saat ini memberi dampak yang signifikan pada perubahan gaya hidup remaja. Ditemukan bahwa remaja cenderung lebih terpengaruh oleh tren dan produk yang dipromosikan melalui media online shop, yang pada gilirannya memengaruhi gaya hidup mereka. Media online shop dan perubahan gaya hidup juga berkontribusi pada perilaku konsumtif remaja. Remaja cenderung lebih sering berbelanja secara impulsif dan menghabiskan lebih banyak uang untuk barang-barang yang mungkin tidak mereka butuhkan. Walaupun demikian, diantara dampak negatif dari media online shop kita dapat memetik pula dampak positifnya bagi kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan pembahasan diatas.

## **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, R. T., Fauzan, &, & Santhoso, H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 3(3), 131–140.
- Antow, A. F. T. (2016). Pengaruh Layanan Online Shop (Belanja Online) Terhadap Konsumerisme Siswa Sma Negeri 9 Manado. In *Acta Diurna* (Issue 3).
- Ekonomi, J., Teknologi, M., Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.372>
- Febriana, B., Pratiwi, N., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9.
- Hasil, J., Dan, P., Kepustakaan Di Bidang, K., Pembelajaran, D., Triningtyas, D. A., Tita, &, & Margawati, M. (n.d.). Jurnal Kependidikan: Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Online Shopping Pada Remaja. In *Maret 2019* (Vol. 5, Issue 1). [http://ojs.ikipmataram.ac.id/index.php/jurnalkependidikan/jis\\_vyl,+Raka+Ricky](http://ojs.ikipmataram.ac.id/index.php/jurnalkependidikan/jis_vyl,+Raka+Ricky). (n.d.).
- Marganingsih, A., Dewiwati Pelipa, E., Kunci, K., Ekonomi, L., & Konsumtif, P. (2019). *Jurkami: Jurnal Pendidikan Ekonomi Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang*. 4(1). <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/>
- Mustomi, D., Puspasari, A., Bisnis, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bina, U., & Informatika, S. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Influence Of Social Media On Consumptive Behavior Of Students (Vol. 4, Issue 1).
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease Of Use, Risk Terhadap Intentionto Buy Onlinepatisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>
- Wafa, M., Ramadhan, N., Kunci, K., Konsumerisme, P., Penelitian, J., & Konsumtif, G. H. (2023). "Meraih Keunggulan Bidang Ilmu Sosial Dan Politik Perilaku Konsumerisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Melalui Media Online Shop (Shopee). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (Konaspol)*, 1.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. 1(3), 117–128.
- Gumulya, J., Widiastuti, M., Psikologi, F., Esa, U., Utara, J. A., Tomang-Kebon, T., & Jakarta, J. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul (Vol. 11).
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. D. (N.D.). *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari*.
- Tripambudi, B. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro (Vol. 7, Issue 2).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.