

ABSTRACT

Nelvi Mitra. 2019. "Student Consumptive Behavior in Shopping Online in Guidance and Counseling Services at the University". Thesis. S2 Study Program Guidance and Counseling, Faculty of Education, Padang State University.

Many students shopping in online shop became one of the background problems in this study. Generally, students do shopping online not based on needs, but because of pleasure and lifestyle that causes students to be wasteful or better known as consumptive behavior. The purpose of this study is to find out how the consumer consumptive behavior patterns in shopping at an online shop and to find out the factors that cause students to become consumptive with the online shop.

This study uses qualitative research methods that examine and describe the phenomenon of consumptive behavior in shopping online by involving 5 research subjects and 8 research informants within the scope of FIP UNP students by using in-depth interview and observation techniques. The sampling technique uses purposive sampling. The research subjects are Jn, Iq, Els, Sl, and Lz.

The results showed that the consumptive behavior patterns of students at FIP UNP were shopping at an online shop not based on needs but based on desires marked by using tuition fees, boarding rentals, and basic necessities for shopping for desired items at online shops. Then easily influenced by the invitation of friends, buy items that are trendy and easily attracted to items that are being discounted or promoted. The results also show that there are 8 factors that influence students in shopping at an online shop, namely the influence of family, the influence of friends, and lifestyle, the price of goods is cheaper compared to prices in traditional markets, the convenience provided by an online shop such as saving time and energy, trust provided by the online shop by providing quality goods in accordance with the description of goods, the availability of goods that are complete and varied, and online shop promotions that attract students' attention.

Keywords: Consumptive Behavior, Online Shopping, Students.

ABSTRAK

Nelvi Mitra. 2019. “Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Berbelanja *Online* dan Implikasinya dalam Layanan Bimbingan dan Konseling di Perguruan Tinggi”. Tesis. Program Studi S2 Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

Banyaknya mahasiswa berbelanja di *online shop* menjadi salah satu latar belakang masalah dalam penelitian ini. Umumnya mahasiswa melakukan belanja *online* bukan didasarkan pada kebutuhan, tetapi karena kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan mahasiswa menjadi boros atau lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pola perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja di *online shop*, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa menjadi konsumtif dengan adanya *online shop*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang mengkaji serta mendeskripsikan fenomena perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* dengan melibatkan 5 subjek penelitian serta 8 informan penelitian dalam lingkup mahasiswa FIP UNP dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Subjek penelitiannya adalah Jn, Iq, Els, Sl, dan LZ.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pola perilaku konsumtif mahasiswa di FIP UNP adalah berbelanja di *online shop* bukan berdasarkan kebutuhan tetapi berdasarkan keinginan yang ditandai dengan menggunakan uang keperluan kuliah, sewa kos, serta keperluan pokok untuk berbelanja barang yang diinginkan di *online shop*. Kemudian mudah terpengaruh dengan ajakan teman, membeli barang-barang yang sedang *trend* dan mudah tertarik dengan barang yang sedang diskon atau promosi. Hasil penelitian juga memperlihatkan ada 8 faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam berbelanja di *online shop* yaitu pengaruh keluarga, pengaruh teman, dan gaya hidup, harga barang yang lebih murah dibandingkan dengan harga di pasar tradisional, kenyamanan yang diberikan *online shop* seperti hemat waktu dan tenaga, kepercayaan yang diberikan *online shop* dengan memberikan kualitas barang sesuai dengan deskripsi barang, ketersediaan barang yang lengkap dan bervariasi, dan promosi *online shop* yang menarik perhatian mahasiswa.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Online Shop, Mahasiswa.