

ABSTRAK

**PENGAMBILAN KEPUTUSAN REMAJA BERBELANJA *ONLINE SHOP*
DI MASA PANDEMI : PILIHAN ATAU KETERPAKSAAN
(STUDI PADA SISWI SMA NEGERI 1 BLAMBANGAN UMPU,
KECAMATAN BLAMBANGAN UMPU, KABUPATEN WAY KANAN)**

Oleh

ARZELA FEBY TAMANIA

Fenomena pandemi covid-19 yang menyebar secara cepat memberikan pertumbuhan positif terhadap perkembangan e-market. Pembatasan kontak fisik yang diterapkan membuat masyarakat lebih memilih belanja dalam e-market atau belanja online. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat bagaimana remaja mengambil keputusan dalam berbelanja online, serta bagaimana realita barang yang mereka beli melalui *online shop*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja berperilaku atau bertindak secara rasional instrumental dalam mencari informasi produk, tindakan berorientasi nilai dengan mempertimbangkan nilai estetika/kebutuhan/manfaat barang, tindakan tradisional dengan berbelanja berdasarkan hobi dan kebiasaan, serta bertindak secara afektif dengan membeli barang berdasarkan perasaan semata. Remaja berbelanja secara online merupakan suatu pilihan dan juga keterpaksaan dalam diri remaja. Ekspektasi barang dengan realita terbukti tidak mengecewakan, artinya barang yang dibeli sesuai dengan ekspektasi pembeli.

Kata kunci : *Online shop*, Covid-19, Pilihan, Keterpaksaan

ABSTRACT

***DECISION MAKING FOR TEENAGERS TO SHOP ONLINE
DURINGA PANDEMIC: CHOICE OR COMPULSION
(STUDIES ON STUDENTS FROM SMA NEGERI 1 BLAMBANGAN UMPU,
BLAMBANGAN UMPU DISTRIC, WAY KANAN REGENCY)***

By

ARZELA FEBY TAMANIA

The phenomenon of the covid-19 pandemic that spread rapidly has led to positive growth in the development of e-market. The physical contact restrictions implemented make people prefer shopping in e-markets or online shop ping. The purpose of this study is to look at how adolescents make decisions in shopping online, as well as how the reality of the goods they buy online (conformity of expectations to reality). The method used in this study is a qualitative method with a phenomenological approach. The results showed that adolescents behave or act rationally instrumentally in seeking product information, value-oriented actions by considering aesthetic value / needs / benefits of goods, traditional actions by shopping based on hobbies and habits, sera act affectively by buying goods based on feelings alone. Expectations of goods with reality have proven not to disappoint, meaning that the goods purchased are in accordance with the expectations of buyers.

Keywords : Online shop, Covid-19, Choice, Compulsion.