

ABSTRAK

VOUCHER SHOPEE DAN FITUR SHOPEE FOOD : DINAMIKA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

FATIMAH AZZAHRA

Pandemi *COVID 19* yang terjadi mengakibatkan perilaku hidup masyarakatnya berubah ke sistem serba *online*. Kondisi ini tentunya membuat dampak yang sekaligus dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Shopee sebagai *marketplace* yang paling banyak diminati pun turut memanfaatkan kondisi ini dengan memunculkan fitur terbarunya berupa Shopee Food. Dengan adanya anomali masyarakat yang menggunakan aplikasi Shopee beserta fitur Shopee food menggunakan *voucher*, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan serta bagaimana hubungan yang terjadi terhadap perilaku konsumtif para mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Dengan tipe penelitian *mixed method*, menggunakan jenis *Sequantial Explanatory* yaitu analisis kuantitatif terlebih dahulu kemudian kualitatif. Dalam menentukan sampel, teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling* sehingga terdapat syarat atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu sebanyak 100 responden melalui kuisisioner dan 6 informan melalui wawancara. Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor perilaku konsumtif seperti Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis serta indikator perilaku konsumtif itu sendiri. Hasil dari analisis regresi linear dan uji korelasi pearson menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara *voucher* yang ada di aplikasi Shopee maupun fitur Shopee Food terhadap perilaku konsumtif yang ditimbulkan pada kalangan mahasiswa Fisip Unila yaitu naik sebesar 22% dari sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyaknya *voucher* yang dimiliki seseorang, maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif yang terjadi pada diri seseorang tersebut. Temuan ini memberikan implikasi pada bidang ilmu sosiologi terkait tindakan sosial dalam perilaku konsumtif, dimana interaksi yang terjadi dapat mempengaruhi seseorang dalam bertindak, dalam hal ini perilaku membeli suatu produk.

Kata Kunci: Shopee, Perilaku Konsumtif, Covid-19, Mahasiswa

ABSTRAK

SHOPEE VOUCHER AND SHOPEE FOOD FEATURES: DYNAMICS OF CONSUMER BEHAVIOR OF FISIP STUDENTS, UNIVERSITY OF LAMPUNG

By

FATIMAH AZZAHRA

The COVID-19 pandemic has caused people's lifestyles to change to an all-online system. This condition certainly has an impact that can also be utilized by business actors in marketing their products. Shopee as the most popular marketplace also takes advantage of this condition by introducing its newest feature, Shopee Food. With the anomie of people who use the Shopee application and the Shopee food feature using vouchers, this study aims to determine how much influence is given and how the relationship occurs with the consumer behavior of FISIP University of Lampung students. With a mixed method research type, using the Sequential Explanatory type, namely quantitative analysis first then qualitative. In determining the sample, the technique used is purposive sampling so that there are certain requirements or criteria that have been previously determined, namely 100 respondents through questionnaires and 6 informants through interviews. This study focuses on consumer behavior factors such as Cultural, Social, Personal and Psychological Factors as well as indicators of consumer behavior itself. The results of the linear regression analysis and Pearson correlation test show that there is a significant positive correlation between vouchers in the Shopee application and the Shopee Food feature on consumer behavior that arises among students of the Faculty of Social and Political Sciences, Unila, which is an increase of 22% from before. This indicates that the more vouchers a person has, the higher the consumer behavior that occurs in that person. This finding has implications for the field of sociology related to social actions in consumer behavior, where the interactions that occur can influence a person in acting, in this case the behavior of buying a product.

Keywords: Shopee, Consumer Behavior, Covid-19, Students