

## ABSTRAK

Nama: Fafa Mushtofa Yahya,

NIM: 1178030058

Judul: Perilaku Konsumtif Masyarakat Terhadap *Online Shop* (Penelitian Pada Masyarakat Cibaduyut Dalam, Kelurahan Cibaduyut, Kota Bandung)

Perilaku sosial terjadi karena seseorang memiliki perilaku yang variatif sehingga diimbangi dengan ganjaran yang diterima oleh masyarakat. Perilaku konsumtif merupakan salah satu perilaku sosial yang mengonsumsi barang secara berlebihan sehingga timbul sifat irasional yang mengedepankan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini bisa terjadi oleh siapa saja, hal itu tergantung bagaimana seseorang dalam mengatur image standar diri dan kualitas penampilan agar menjadi pusat perhatian ke dalam lingkungan masyarakat. *Online shop* adalah objek masyarakat yang dinilai konsumtif karena *online shop* merupakan platform belanja yang dilakukan secara online, praktis dan mudah digunakan, fleksibel tanpa dibatasi oleh waktu.

Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku masyarakat Cibaduyut Dalam melakukan perilaku konsumtif terutama dalam penggunaan *online shop* serta solusi masyarakat Cibaduyut Dalam mengurangi perilaku konsumtifnya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan cara observasi ke lapangan, wawancara mendalam, dan kajian pustaka. Selain itu sumber data yang dikelola oleh penulis menggunakan dua jenis, yakni sumber data primer yang bersumber dari elemen masyarakat dan tokoh masyarakat sebagai informan wawancara dan sumber data sekunder yang bersumber dari beberapa pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab masyarakat Cibaduyut Dalam berperilaku konsumtif terhadap *online shop* adalah karena tergiurnya sistem promosi baik diskon, cuci gudang, hingga event bulanan yang tersedia di *online shop*. Sehingga dampak yang ditimbulkan oleh masyarakat Cibaduyut Dalam sangat signifikan mulai dari berkurangnya keuangan yang disebabkan membeli barang dalam jumlah banyak, berkurangnya interaksi dengan masyarakat, hingga barang yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan barang yang dijual di *online shop*. Meski begitu, mereka menemukan solusinya yakni menjual kembali barang yang sudah mereka beli secara berlebihan. Mereka sangat selektif dalam menjual barang tersebut dan bagi yang membutuhkan. Dari hasil menjual barangnya mereka bisa manage kembali finansial dan mengurangi pemakaian *online shop*, serta membatasi lingkaran pertemanan yang memiliki kebiasaan *hedonisme* sebagai solusi mengurangi perilaku konsumtifnya terhadap *online shop*.

Kata kunci: *Perilaku sosial, perilaku konsumtif, online shop*