

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Mahasiswa yang bersosialisasi dalam lingkungan kampus dan mendapat pengetahuan mengenai bagaimana cara mereka menampilkan diri mereka kepada orang lain sehingga mendapat pujian dan perhatian. Sehingga mendorong individu untuk tampil sesuai dengan apa yang dilihat dan dipelajarinya dilingkungan kampus. Individu akan berupaya mendapatkan sejumlah kebutuhan untuk menunjang penampilannya.

Individu dalam rangka melakukan tindakan yang memberikan makna subjektif kepada individu lain merupakan tindakan sosial, dimana individu mempertimbangkan bagaimana perilaku yang dilakukan individu lainnya. Bahwa pada saat individu yang melakukan pembelian melalui online shop atas beberapa produk tertentu seperti sepatu atau pakainnya dan lain sebagainya yakni bertindak atas dasar pemberian kesan dan kepedulian kepada orang lain, adapula individu yang bertindak yang mengharapkan adanya balasan tindakan yang serupa di masa depan. Bahwa beberapa hal ini, menurut Max Weber adalah tindakan sosial. sebab pertimbangan maupun pemberian makna subjektif dilakukan oleh individu.

Individu dalam menetapkan pilihannya terhadap barang yang diminati terlebih dahulu akan melalui proses pertimbangan-pertimbangan berdasarkan beberapa aspek

personal, misalnya hobi, keuangan, bagaimana penilaian orang lain ketika individu menggunakan barang yang diminatinya. Menurut Weber tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa merupakan tindakan rasional instrumentas yakni tindakan sosial yang melandaskan diri kepada pertimbangan-pertimbangan diri manusia yang rasional ketika menghadapi lingkungan eksternalnya. Dengan kata lain tindakan rasional instrumental adalah suatu tindakan yang sosial yang ditujukan untuk mencapai tujuan semaksimal mungkin.

Faktor-faktor yang mempengaruhi proses pemilihan mahasiswa atas barang yang diminatinya di belanja online. ada dua faktor yang ditemukan dan mempengaruhi pilihan mahasiswa;

Pertama faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri mahasiswa yang terdiri dari

- a) Pengaruh motivasi mahasiswa terhadap penentuan pilihan;
- b) Pengaruh Citra terhadap keputusan

Kedua, pengaruh faktor eksternal yaitu berasal dari luar individu yakni sebagai berikut:

- a) Harga;
- b) Peran promosi dan komunikasi;
- c) Kelompok acuan.

5.2 SARAN

Media sosial sebagai sarana yang saat ini menjadi utama sebab kebutuhan dari percepatan pertukaran informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Namun, seiring perkembangannya, media sosial tersebut telah banyak memuat informasi jual beli di kalangan masyarakat. Sehingga sikap konsumtif masyarakat meningkat dan akan berpengaruh dalam kehidupannya dimana individu tidak akan memerhatikan kehidupan kedepannya namun mementingkan kebutuhan yang sebenarnya dapat ditunda.

Sehingga saran penulis agar pada pengguna media sosial agar lebih bijak dalam menggunakannya agar mafaat dan tujuan yang di hendak dicapai agar lebih terarah. apabila sikap konsumtif telah diujung tanpa dibarengi oleh sikap produktif dan kreatif maka akan menimbulkan degradasi di kalangan milenial terutama.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Zebua dan Nurdjayadi, 2001. *Konformitas*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Dra. Kun Maryati dan Juju Suryani. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta Erlangga
- M. Munandar Soelaيمان, 1998. *Dinamika Masyarakat Tradisi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Damsar. 2015. *Pengantar Teori Sosiologi*, Jakarta: Prenamedia Group
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta CV.
- Saputra, Sahur. 2012. *Metode Penelitian “Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung, Refika Aditama

Jurnal

- Haning Dwi Pratiwi, “Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa”, 25 November 2018
- Fariza Fatin. *Pengambilan Keputusan pada Remaja yang Mengalami Kehamilan di Luar Nikah*. Uniair: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
- Ade Lafita. *Aplikasi Model Pengambilan Keputusan dalam Perilaku Fertilitas*. Vol. V, No. 1, 2010
- Kusuma, D. F., dan Septarini, B.G (2013). *Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakian Secara Online Pada Pengguna Online Shop*. Vol.02 Nomor 20. *Jurnal Psikologi dan Organisasi Surabaya : Universitas Erlangga*.

Suhari, Yohanes, 2016. Keputusan Pembelian Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jurnal Teknologi Informasi dinamika. Semarang : *Universitas Stikubank Semarang*. Vol.13 Nomor 02

Sanderson, Stephand K. 2014. Makro Sosio logi “Sebuah Pendekatan Terhadap Realita Sosial”. *Jakarta. Rajawali Pers*. Vol.02 No.03

Andirasari. Chaca. 2015. Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Erlangga. *Surabaya Universitas Erlangga*. Vol.02 No.01

Riset

Sri Yulandari Abdul Azis. 2015. “Mall dan Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat di Kota Gorontalo”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo

Internet

Riswanto dalam blog [http://riswantihidayat.wordpress.com/onlinehope/masyarakat masakini/diakases](http://riswantihidayat.wordpress.com/onlinehope/masyarakat-masakini/diakases) tanggal 19 November 2018 pukul 09.00

Arman Sine.2016Dalam bloh [http://armansinebuton.blogspot.co.id/2016/11/online-shope-kalangan-mahasiswa:html](http://armansinebuton.blogspot.co.id/2016/11/online-shope-kalangan-mahasiswa.html) diakses tanggal 12 November 2018 22.32

Aan. Dikiriani. 2015. Dalam blog [https://www.kompasiana.com/mahasiswa-gaya-hidup-dan-moderenisasi:html](https://www.kompasiana.com/mahasiswa-gaya-hidup-dan-moderenisasi.html) diakses tanggal 22 Desember 2018 pukul 14.35

Penerjemah Achmad Fawaid. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.