

ABSTRAK

Solikhatun “Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Remaja Wanita dengan Adanya *Online Shop* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Trangkil Pati.” Penelitian ini mengenai perubahan perilaku konsumen dengan adanya *online shop*. Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui transaksi pembelian di *online shop*. 2) untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi para remaja wanita di Desa Trangkil Pati melakukan pembelian melalui *online shop*. 3) untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen remaja wanita dengan adanya *online shop* di desa Trangkil Pati. 4) untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen remaja wanita dengan adanya *online shop* ditinjau dari perspektif ekonomi Islam di desa Trangkil Pati.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang mana penelitian ini merupakan suatu pendekatan dalam melakukan suatu penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Sedangkan tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik dokumentasi, observasi, dan wawancara. Partisipan dalam penelitian ini adalah 10 remaja wanita Desa Trangkil yang menggunakan jasa *online shop* dalam berbelanja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana *online shop* mempengaruhi perilaku konsumen remaja wanita Desa Trangkil serta perubahan perilaku konsumen remaja wanita dengan adanya *online shop*. Adapun faktor-faktornya adalah *online shop* lebih efisien dalam waktu, terlebih strategi pemasaran yang disajikan melalui iklan dan *brand ambassador* menjadi salah satu yang efektif serta mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kemudahan dalam hal berbelanja, kemudian harga yang ditawarkan *online shop* lebih terjangkau dibandingkan dengan harga yang ada di pasar tradisional. Selain itu adanya pengaruh kerabat dalam hal pengambilan keputusan yang tanpa disadari seseorang akan meminta pendapat orang lain atau mencari ulasan tentang suatu barang yang sudah banyak digunakan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam membeli suatu barang. Dengan adanya *online shop* di berbagai fitur jejaring sosial berdampak pada perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja. Yang dulunya konsumen berbelanja dengan pergi ke pasar berdesak-desakan untuk memperoleh barang yang diinginkan, sekarang konsumen tidak perlu pergi ke pasar, apalagi harus menunggu waktu senggang atau waktu liburan untuk membeli barang yang mereka inginkan. Karena *online shop* dapat diakses dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Dengan kemudahan yang diberikan *online shop* maka dengan gampang konsumen semakin gemar mengonsumsi barang secara terus menerus yang tidak menjadi prioritas utama, dengan kata lain bahwa konsumen lebih senang membeli barang berdasarkan keinginan bukan lagi berdasarkan kebutuhan. Sehingga menyebabkan konsumen menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif (perilaku *consumerisme*), atau dalam Islam biasa disebut dengan *israf* (pemborosan).

Kata Kunci: *Online Shop*, Remaja Wanita, Perilaku Konsumtif.