

BAB I

PENDAHULUAN

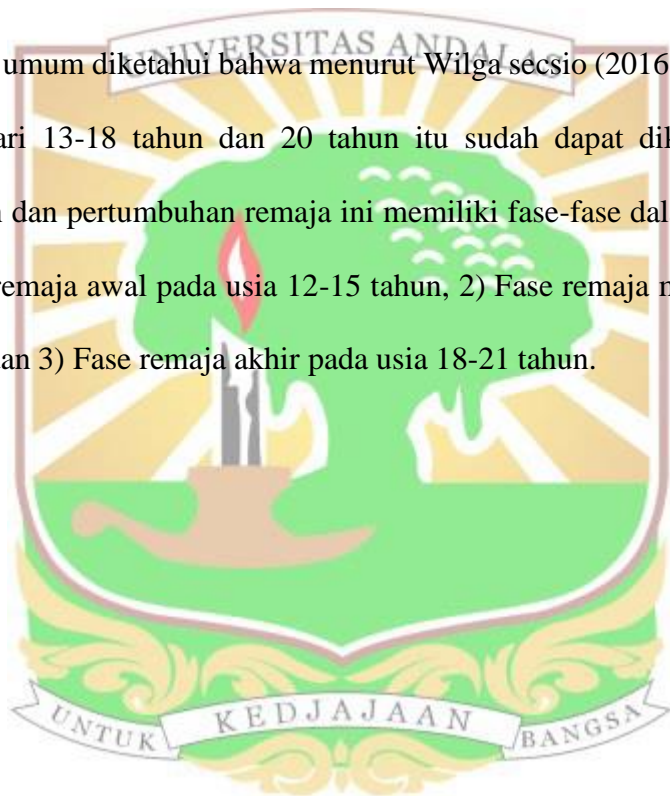
1.1 Latar Belakang

Masa-masa remaja merupakan masa yang sangat penting bagi seluruh kehidupan manusia yaitu masa transisi atau peralihan dari masa anak-anak menuju ke masa dewasa. Pada masa ini remaja mencari jati diri mereka dan menentukan mereka ke depannya harus seperti apa dan dimasa ini jugalah terjadi berbagai macam hal yang menyebabkan remaja menjadi siap untuk menuju ke masa dewasa. Remaja disebut juga “pubertas” yang nama berasal dari bahasa latin yang berarti “usia menjadi orang” suatu periode anak dipersiapkan untuk menjadi individu yang dapat melaksanakan tugas biologis berupa melanjutkan keturunannya atau berkembang biak (Gunarsa, 2007:27).

Elizabeth B. Hurlock dalam skripsi Muhammad Hamam Nasrudin, menjelaskan bahwa remaja atau *adolescence* ini berasal dari kata Latin *adolescere*, kata bendanya *adolescentia* yang berarti remaja”tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa” masa- masa manusia purbakala menyebutkan dan memandang masa puber dan masa remaja ini tidak berbeda dengan periode- periode lain dalam rentang kehidupan anak dianggap sudah dewasa apabila mampu mengadakan reproduksi. Istilah ini juga memiliki berbagai macam arti yaitu kematangan mental, sosial, emosional dan lain sebagainya (Nasrudin, M. H, 2017:14).

WHO (*World Health Organization*) mengatakan bahwa remaja adalah suatu masa saat individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksualitas sampai saat ini mencapai kematangan seksualitasnya, individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, dan menjadi peralihan ketergantungan sosial yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

Secara umum diketahui bahwa menurut Wilga secchio (2016:49) usia remaja itu dimulai dari 13-18 tahun dan 20 tahun itu sudah dapat dikatakan dewasa perkembangan dan pertumbuhan remaja ini memiliki fase-fase dalam batasan usia yaitu: 1) Fase remaja awal pada usia 12-15 tahun, 2) Fase remaja madya pada usia 15-18 tahun, dan 3) Fase remaja akhir pada usia 18-21 tahun.



Tabel 1. 1 Data Remaja di Indonesia. Sumatera Barat, dan Kota Solok

No	Cakupan Data	Fase awal		Fase madya		Fase akhir		Jumlah		
		Laki- laki	Peremp uan	Laki- laki	Peremp uan	Laki- laki	Peremp uan	Laki- laki	Perempuan	Total
1.	Indonesia	11.73 2.100	22.787. 400	11.378. 700	10.864. 200	11.097. 100	10.726. 200	34.207. 900	32.737. 000	22.878. 400
2.	Sumatera Barat	262.7 99	251.80 9	246.37 2	238.49 9	224.76 6	220.70 5	733.93 7	711.01 3	1.444.9 50
3.	Kota Solok	3.203	3.206	3.379	3.638	2.987	3.328	9.569	10.172	19.741

Sumber: Badan Pusat Statistik 2019



Kehidupan remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelumnya dan selanjutnya. Masa remaja selalu menjadi masa sulit, bukan hanya remaja saja yang merasakan termasuk orang tua remaja pun merasakan hal yang sama, kesulitan ini terjadi karena remaja itu sendiri dengan beberapa perilaku khusus (Sidik Jatmika, 2010:10), yakni:

1. Remaja mulai mengekspresikan kebebasan dan haknya untuk mengungkapkan pendapatnya sendiri. Tidak terhindarkan, ini dapat menimbulkan ketegangan dan pertengkaran, dan biasanya remaja menjauhkan diri dari keluarganya.
2. Remaja lebih mudah dipengaruhi oleh teman sebayanya dibandingkan ketika mereka masih anak-anak. Artinya bahwa pengaruh orangtua semakin lemah. Remaja berperilaku dan memiliki kesenangan yang berbeda bahkan bertentangan dengan perilaku dan kesenangan keluarga. Contoh umum yaitu dalam hal mode berpakaian, potongan rambut, dan lain sebagainya.
3. Remaja mengalami perubahan fisik yang luar biasa, baik pertumbuhannya maupun seksualitasnya. Timbulnya perasaan seksual bisa menakutkan, membingungkan dan menjadi sumber perasaan salah dan frustrasi.
4. Remaja sering menjadi terlalu percaya diri (*over confidence*) dan ini bersama-sama dengan emosinya yang biasanya meningkat, mengakibatkan sulit menerima nasihat dan pengarahan orang tua.

Remaja identik dengan anak yang baru dewasa yang masih menjadi

tanggung jawab orangtua. Remaja yang melakukan belanja online ini masih menjadi tanggung jawab orang tua dan mereka juga mengandalkan uang jajan yang diberikan orang tuanya untuk belanja online. Secara ekonomi remaja juga sangat bergantung dengan orang tuanya, pemasukan remaja juga hanya berasal dari orang tua mereka.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek lembaga ARPAmengembangkan jaringan yang dinamakan ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*).

Pada awalnya ARPANET dibangunnya hanya untuk keperluan militer di Amerika Serikat saja, kemudian disambungkan hanya untuk 4 situs saja yaitu Stamford Research Institute, University of California, Santa Barbara, dan University of Utah. Dengan adanya beberapa situs yang bergabung dengan ARPANET akhirnya mereka membentuk satu jaringan pada tahun 1969. Secara umum ARPANET diperkenalkan pada bulan oktober 1972. Tidak lama setelah diperkenalkannya pada bulan itu, banyak daerah-daerah yang akhirnya menggunakannya serta universitas di negara tersebut juga ingin bergabung, sehingga yang awalnya ARPANET ini hanya satu terpecah menjadi dua yaitu MILNET yang dipergunakan untuk keperluan militer dan ARPANET baru yang lebih kecil dari sebelumnya yang digunakan untuk keperluan non-militer.

Universitas-universitas yang berada disekitar Amerika Serikat sudah banyak mempergunakan ARPANET untuk keperluan non-militer, sehingga mereka menggabungkan kedua jaringan yang pada akhirnya dikenal dengan nama DARPA

Internet yang saat ini disederhanakan menjadi Internet. Pada zaman era globalisasi ini, ternyata tidak hanya saja perkembangan teknologi menjadi canggih akan tetapi juga gaya hidup manusia menjadi modern dan serba mudah. Mereka dapat menggunakan teknologi komunikasi dan informasi terkini untuk berkomunikasi satu sama lain. Perkembangan internet di Indonesia melasat begitu cepat sejak tahun 2006.

Penggunaan media internet berkembang dengan pesat dan menjadi bagian penting dari perekonomian dan pemenuhan kebutuhan manusia. Penggunaanya juga semakin meningkat tidak hanya kalangan remaja saja bahkan juga anak-anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna aktif internet. Jaringan internet di Indonesia telah banyak digunakan dalam berbagai kegiatan termasuk juga kegiatan yang berkaitan dengan pasar. Perkembangan teknologi internet berdampak terhadap pasar dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga ini menyebabkan peningkatan jumlah pengguna internet dan juga dimanfaatkan oleh pengguna untuk membuka atau membuat bisnis online.

Setiap bertambahnya tahun semakin banyak perubahan yang terjadi dari perkembangan pendidikan hingga perkembangan teknologi dari berawalnya penemuan *handphone* hingga penemuan internet. Zaman sekarang beaneka ragam jenis barang yang dapat ditemukan dimana saja baik itu yang berjualan secara *online* maupun secara *offline*. Perkembangan teknologi ini juga mempengaruhi pasar dari pasar *offline* sampai mengikuti *trend* dan persaingan yaitu dengan berjualan secara *online*. Perkembangan bisnis *online* diminati oleh berbagai macam kalangan karena perkembangan teknologi yang semakin lama semakin maju

dan berkembang dengan pesat. Perkembangan ini menimbulkan persaingan yang sangat jelas antara pedagang online dengan pedagang *offline*, ada sejumlah pedagang *offline* yang juga mengikuti perkembangan bisnis *online* supaya bisa bertahan dalam menghadapi perkembangan teknologi tersebut.

Belanja online atau disebut juga dengan istilah *e-commerce* merupakan salah satu cara berbelanja melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial yang digunakan dalam transaksi jual beli, sehingga pembeli tidak perlu repot-repot datang ke toko untuk membeli barang yang dicari dan butuhkan, mereka hanya perlu melihat saja barang yang mereka cari itu melalui internet kemudian memesan barang sesuai dengan pilihan mereka dan mentransfer uangnya dan kemudian barang itu akan dikirim oleh toko online tersebut ke rumah (Nusarika dan Purnami, 2015). Namun belanja online ini menurut Hansen et al (2005) adalah merupakan bentuk persentase dan promosi, pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, baliho, brosur, sosial media, internet dan lain- lain.

1.2 Rumusan Masalah

Kota Solok merupakan kota kecil yang memiliki dua Kecamatan yaitu Kecamatan Tanjung Harapan dan Lubuk Sikarah. Fasilitas di Tanjung Harapan lebih mudah diakses daripada Lubuk Sikarah dikarenakan Tanjung Harapan ini merupakan pusat kota dan semua fasilitas berada disini. Fasilitas disini yaitu pasar, sekolah, pusat pertokoan, dan taman kota. Remaja dominan menyukai hal yang menarik dan tidak rumit. Dari hasil observasi diketahui remaja lebih suka melakukan transaksi belanja secara *online* dibandingkan secara langsung ke pasar,

terlihat dari masuknya paket dari beberapa ekspedisi di Tanjung Harapan yang mana lebih banyak remaja yang berbelanja secara *online* di dua *e-commerce* yaitu Lazada dan *shoppe*.

Penelitian ini perlu atau patut dilakukan karena ini merupakan fenomena yang telah terjadi di masyarakat. Dalam pengamatan awal, peneliti menemukan bahwa memang terlihat jelas kondisi remaja yang tengah berpacu dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang dengan sangat pesat terutama pada hal berbelanja, remaja dominan menyukai hal yang beranekaragam dari segi bentuk sampai dengan harga. Remaja juga menyukai belanja online ini karena mereka tidak suka tawar menawar dan kerap remaja ini sudah untuk menentukan pilihan mereka terhadap barang yang mereka beli. Perkembangan teknologi sekarang mempengaruhi berbagai aspek apalagi aspek berbelanja yang semakin gampang dan tidak merepotkan inilah disukai oleh remaja pada saat ini. Pengamatan yang dilakukan peneliti melihat bahwa remaja lebih cenderung suka belanja secara *online* daripada berbelanja secara *offline* atau secara langsung dikarenakan ada remaja yang tergiur dengan harga, ada juga yang tergiur karena iklan di televisi maupun di berbagai media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan berbagai sosial media yang lainnya.

Pemakaian *handphone* yang cenderung tinggi intensitas oleh remaja menyebabkan remaja lebih lama memegang *handphone* daripada alat komunikasi lainnya seperti televisi, komputer, laptop, radio dan lainnya. Pemakaian yang lebih lama membuat remaja lebih banyak waktu untuk membuka berbagai aplikasi yang ada atau telah di *download*nya di *handphone* sehingga berbagai iklan masuk ke

aplikasi. Selain itu ada hal mendorong mereka berbelanja online seperti gratis ongkir kirim, potongan harga, dan COD (*cash on delivery*). Pengamatan peneliti, menemukan bahwa remaja lebih suka belanja secara *online* dibandingkan belanja langsung ke pasar karena *online* lebih murah, serta remaja juga tidak terbiasa berbelanja dengan cara tawar menawar yang sering terjadi di pasar tradisional padahal fasilitas untuk berbelanja di Kota Solok lebih terjangkau. Remaja memilih berbelanja online juga disebabkan karena susahny dalam menawar harga di pasar tradisional serta untuk pengambilan keputusan untuk membeli produk secara langsung sukar untuk dilakukan oleh remaja. Remaja juga mengikuti tren yang ada seperti trend K-pop, Drama Korea dengan adanya perkembangan tren ini menjadikan lebih tertarik untuk melakukan perbelanjaan *online*. Trend dari korea ini meliputi adanya kosmetik yang dipakai oleh aktris/aktor yang mereka idolakan bukan hanya kosmetik pakaian juga menjadi daya tarik remaja untuk melakukan belanja online. Pernyataan di atas hanya asumsi dari peneliti saja sehingga penelitian ini patut dan perlu dilakukan dan apakah asumsi tersebut sesuai dengan kondisi di lokasi penelitian maka harus diteliti. Pertanyaan penelitian yang ingin dipecahkan oleh peneliti yaitu: “Bagaimanakah Perilaku Remaja Berbelanja Online di Kecamatan Tanjung Harapan Kota Solok?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1.4.1 Tujuan Umum

Untuk mendeskripsikan perilaku remaja berbelanja online di Kecamatan Tanjung Harapan Kota Solok.

1.4.3 Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi latar belakang remaja yang belanja secara *online*.
2. Mendeskripsikan alasan dan akibat remaja lebih memilih berbelanja *online* daripada berbelanja *offline*.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Aspek akademik

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi Sosiologi Ekonomi dan Sosiologi Pasar.

b. Aspek Praktik

Bahan masukan bagi peneliti lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.

1.6 Tinjauan Pustaka

1.6.1 Perilaku Konsumen

Menurut loing dalam Liliweri, perilaku ialah suatu tindakan terhadap orang lain yang bisa diamati, umum, ekstrinsik, dan dalam bentuk nyata (Liliweri,1997:186). Perilaku seseorang bisa juga dipengaruhi oleh faktor situasi, perilaku yang dimaksudkan ini biasanya perilaku akibat adanya kebutuhan, tekanan, dan rangsangan. Namun, ahli sosiologi cenderung melihat faktor sosial, yang melahirkan perilaku tertentu. Seseorang atau kelompok mengubah sikapnya, perilakunya, namun alasan demikian bisa saja bersifat individual. Bila sebagian orang berubah sikap dan perilaku secara bersama, maka kemungkinan penyebabnya adalah pengaruh sosial dan kebudayaan terhadap perilaku (Hourton, 1994:21)

Menurut Shiffman dan Kanuk (2000) dalam bukunya Ristiayanti Prasetijo yang berjudul perilaku konsumen, perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak setelah konsumsi produk, jasa atau ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Disamping pendekatan diatas, penjelasan lain tentang teori perilaku ini dikemukakan oleh Fishoein (Singarimbun,1989:34). Ia menyatakan tiga proposisi yang mendorong seseorang untuk bertindak yaitu:

1. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh niatnya untuk melakukan perilaku tersebut.
2. Niat seseorang untuk melakukan perilaku tersebut dipengaruhi oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari tindakan tersebut serta manfaat tindakan tersebut bagi dirinya.
3. Niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh keyakinannya mengenai harapan-harapan kelompok panutannya untuk memenuhi harapan tersebut.

Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli barang dan jasa, maka harus tau itu pengertian dari perilaku konsumen ini. Perilaku konsumen (Engel,1994:3) ialah :

“Tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini atau penentuan kegiatan tersebut”.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) Danang Sunyoto tentang Perilaku Konsumen, mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang terlibat langsung dalam mendapatkan, mengomsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Menurut Sofjan Assauri dalam bukunya manajemen pemasaran, perilaku konsumen adalah tindakan seseorang atau individu yang langsung menyangkut pencapaian dan penggunaan produk (barang atau jasa) termasuk proses keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut.

Perilaku konsumen adalah sikap yang langsung terlibat dalam memperoleh, mengomsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang terlibat langsung dalam dalam mendapatkan, mengomsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (Dr. Nugroho, 2003:2). Perilaku konsumen ini juga memiliki tiga ide penting yaitu: (1) perilaku konsumen adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar, dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Keputusan pembelian suatu barang oleh pembeli dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi pembeli. Sebagian besar faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ini yaitu:

1. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Setiap kebudayaan memiliki subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan indentifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya (Dr. Nugroho, 2003:8).

Faktor-faktor budaya dalam Philip Kotler (1995:203) mengatakan bahwa budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Setiap elemen seperti kebudayaan, sosial, kepribadian, kejiwaan akan mempengaruhi pembeli dalam membeli suatu produk atau jasa.

2. Faktor-Faktor Sosial

Kelompok acuan ini terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang dimaksud oleh pernyataan diatas antara lain *kelompok primer* yang interaksi terjalin secara berkesinambungan seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. *Kelompok sekunder*, ini cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

3. Faktor Pribadi

Konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh psikologi orang tersebut. Usia juga merupakan menjadi pandangan yang pertama dilihat dari cara seseorang itu melakukan perilaku konsumsi. Orang dewasa biasanya mengalami perubahan siklus didalam kehidupannya sehingga mereka semakin sering mengonsumsi itu

lebih banyak atau sering karena kebutuhannya yang semakin meningkat.

Pekerjaan seseorang dan kondisi ekonomi serta gaya hidup menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mereka. Jika seseorang memiliki pekerjaan yang layak maka untuk perilaku konsumsi mereka akan berbeda dengan orang yang pekerjaannya pas-pasan. Begitu juga dengan keadaan ekonomi serta gaya hidup seseorang dapat dilihat dari pekerjaan mereka dan perilaku konsumsi yang mereka lakukan.

4. Faktor-Faktor Psikologis

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan tersebut muncul dari kondisi fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, kecemasan atau ketidaknyamanan. Kebutuhan lain yang bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan psikologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri, atau kebutuhan diterima.

1.6.2 Remaja

Menurut Y. Singgih D. Gunarso (1998:8), remaja ditandai oleh perubahan fisik yang mendahului kematangan seksual. Kira-kira seiring dengan perubahan fisik tersebut, proses perkembangan psikologis remaja juga akan dimulai ketika mereka melepaskan diri dari ikatan orang tuanya, kemudian terlihat perubahan-perubahan kepribadian yang diwujudkan dalam cara hidup untuk menyesuaikan diri dalam masyarakat.

Remaja disebut juga dengan “pubertas” yang namanya berasal dari bahasa latin yang berarti “usia menjadi orang” suatu periode dimana anak dipersiapkan untuk menjadi individu yang dapat melaksanakan tugas biologis berupa melanjutkan keturunannya atau berkembang biak (Gunarsa, 2005:27).

Masa pubertas atau puberteit berjalan dari usia 16 tahun hingga dengan 18

tahun. Pada usia 15 tahun anak dikatakan berada dalam masa prapubertas atau prapuberteit, sedangkan masa antara 12 tahun dan 15 tahun dinamakan periode pueral. Pada usia 19 tahun anak berada dalam masa pubertas *adolesensi* (Santrock, 2003:132).

Menurut Sri Rumini, remaja juga ditandai dengan adanya perkembangan fisik, yang dalam perkembangan fisik pada remaja ini terbilang pesat diantara tahap-tahap perkembangan manusia. Selain perubahan-perubahan fisik, remaja ini juga akan mengalami perubahan secara psikologis.

Dalam perkembangan jiwa pada masa remaja juga semakin mantap, yang pada akhir masa remaja, jiwanya sudah tidak mudah terpengaruh serta sudah mampu memilih dan menyeleksi. Remaja juga mulai belajar tanggung jawab pada dirinya, keluarga dan lingkungan. Pada remaja ini akan mulai sadar dengan dirinya sendiri dan tidak mau diperlakukan seperti anak-anak lagi.

Remaja tidak hanya sebatas perubahan pada usia saja tapi remaja juga mempunyai ciri-ciri yang terjadi selama masa remaja yaitu :1) peningkatan emosional yang terjadi secara cepat, 2) Perubahan yang cepat secara fisik yang juga disertai dengan kematangan seksual, 3) Perubahan dalam hal yang menarik bagi dirinya dan hubungan dengan orang lain, 4) Perubahan nilai ketika mereka menanggapi suatu hal ketika mereka kanak-kanak menjadi kurang penting kerana mereka sudah mendekati dewasa, 5) Kebanyakan remaja bersikap ambivalen dalam menghadapi perubahan yang terjadi.

Obyek sosiologi remaja dapat dilihat dari hubungan antar remaja dengan keluarga, serta masyarakat dan permasalahan-permasalahan yang bersangkutan

dengan kenakalan remaja yang terjadi pada zaman sekarang ini. Tidak hanya hubungan saja yang diliat melainkan proses sosial remaja juga diliat dalam kajian sosiologi anak dan remaja ini serta proses menjalankan peran dan status remaja di dalam masyarakat sebagai makhluk sosial.

Remaja merupakan kajian yang relatif baru di dalam sosiologi, dalam mengkaji remaja sosiologi mengkategorikan remaja ke dalam dua aspek besar, yaitu sifat alamiah dan kontruksi sosial sebagai berikut:

1. Sifat Alamiah

Remaja adalah usia pada saat hormon-hormon produksi mulai berjalan. Pada saat ini terdapat perkembangan hormon genital yang menjadikan laki-laki dan perempuan, secara fisik tampak berbeda.

2. Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial melihat remaja dalam 5 jenis cara pandang atau paradigma yang umum dalam sosiologi yaitu:

a) Fakta Sosial

Keberadaan remaja tidak lepas dipisahkan dari cara pandang masyarakat terhadap pola produksi dan reproduksi yang ada dalam masyarakat itu sendiri. Dalam hal ini, remaja merupakan hasil dari pola pikiran manusia untuk menyatakan suatu kelompok tertentu yang memiliki status dan perannya yang khas dalam masyarakat (Yusar, 2014:11).

b) Definisi Sosial

Masa pencarian jati diri adalah merupakan merproses konstruksi sosial yang ditentukan oleh masyarakat dalam rangka mempersiapkan remaja menjadi dewasa.

Dalam proses pencarian jati diri ini, remaja mengkonstruksikan berbagai metode atau teknik untuk menggambarkan dirinya dengan benar (Yusar,2014:12).

c) Perilaku Sosial

Remaja melakukan pengulangan kegiatan hidupnya yang mereka hargai atau bermanfaat. Pengulangan kegiatan ini dikarenakan remaja berinteraksi dengan berbagai tipe individu remaja lain dan mengambil keputusan untuk melakukan pengulangan kegiatan hidup yang dipandang paling sesuai untuk dirinya (Yusar,2014:12).

d) Kritik

Pandangan ini memandang bahwa remaja digerakkan oleh suatu sistem yang memaksa mereka untuk tunduk dan bertindak sesuai yang diharapkan oleh sistem, dengan mengabaikan kehendak bebas dan menjadi bentuk perbudakan yang lebih halus karena adanya komodifikasi budaya (Yusar,2014:12).

e) Postmodern

Pandangan ini memandang remaja berada dalam batasan sistem dan mencari jalan keluar dengan membentuk gaya-gaya remaja baru ataupun pengulangan dari masa lalu yang dicampur dengan masa kini. Remaja dibentuk secara sosial karena modernisme pada akhirnya gagal memenuhi janji modernitasnya (Yusar,2014:13).

1.6.3 Belanja Online

Belanja *online* ditemukan oleh pengusaha Inggris Michael Aldrich pada tahun 1979. Selanjutnya Tim Berners Lee adalah orang yang menciptakan server dan browser *World Wide* pertama di tahun 1990, kemudian dibuka untuk tujuan

komersial pada tahun 1991.

Belanja *online* merupakan bagian dari *e-commerce* yang mengacu pada kegiatan bisnis dengan menggunakan media teknologi komunikasi seperti internet. Dalam berbagai *e-commerce* terdapat berbagai macam dan beranekaragam barang atau kebutuhan lainnya serta berbagai macam keuntungan yang disajikan didalam *e-commerce* itu, seperti pelayanan jasa COD, gratis ongkir, harga yang murah serta berbagai macam voucher yang disediakan untuk menghemat pembeli dalam berbelanja.

Pandangan *e-commerce* atau sering dikenal dengan *online shopping* atau belanja online adalah penggunaan komputer dan internet dengan *Web Browser* untuk membeli dan menjual produk. Belanja online telah menjadi bagian dari manusia modern. Belanja online bergantung pada sumber daya internet dan banyak teknologi informasinya yang mendukung setiap langkah dari proses jual beli (Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah,2018:7-8).

Menurut Laudon & Laudon (1998), *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen,manufaktur, *service providers*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu *internet*.

Belanja online atau *e-commerce* membantu melakukan perdagangan tradisional melalui cara baru mentransfer dan memproses informasi, karena informasi merupakan inti dari semua kegiatan komersial. *E-commerce* mengacu

pada pertukaran informasi bisnis menggunakan pertukaran data elektronik, surat elektronik, dan elektronik berbasis jaringan lainnya. Informasi secara elektronik ditransfer dari komputer ke komputer dengan cara otomatis.

Menurut Didit Agus Irwantoko, belanja *online* (online shop) merupakan proses pembelian barang atau jasa oleh konsumen ke penjual realtime, tanpa pelayan, dan melalui internet. Toko virtual ini mengubah paradigma proses membeli barang atau jasa dibatasi oleh tembok, pengecer, atau mall (Didit Agus Irwantoko, 2012).

Di Indonesia sendiri, belanja *online* atau *online shop* mulai sekitar tahun 2000 an, dan sekarang toko *online* sudah menjamur ada dimana-mana. Pada awal kemunculannya di Indonesia, berbelanja *online* hanya digunakan oleh masyarakat kalangan atas, karena berbelanja *online* membutuhkan komputer, jaringan internet, dan kartu debit untuk melakukan transaksi jual atau beli tersebut. Namun, sering berjalannya waktu, dikarekan oleh faktor kenyamanan dan kecepatan, sekarang mulai dari ibu-ibu rumah tangga sampai remaja banyak yang memanfaatkan berbelanja dengan *online*.

Onlineshop merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung online shop dapat melihat barang-barang di toko *online* (Loekamto, 2012).

Belanja secara *online* ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:

1. Kenyamanan

Pembeli tidak perlu bergelut dengan lalu lintas, tidak perlu mencari parkir dan berjalan menuju ke toko.

2. Kelengkapan Informasi

Pembeli dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk mencari informasi, produk atau jasa yang benar-benar konsumen inginkan, kemudian memesan atau mendownload informasi di tempat tanpa perlu pergi ke toko tersebut.

3. Waktu

Pembeli dapat mengakses dan memeriksa produk serta harga kapan saja tanpa takut toko tersebut tutup.

4. Kepercayaan

Pembeli akan percaya dengan *online shop* jika produk yang dipesan sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli termasuk dalam cara penjual mengemas produk dan keadaan produk ketika sampai ditempat tujuan.

1.6.4 Tinjauan Sosiologis

Penelitian ini mencoba menggambarkan perilaku konsumen remaja ketika melakukan pembelian barang dengan transaksi secara online yang berada di dua kecamatan di Kota Solok. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori pertukaran George Homans. Inti teori ini terletak pada sekumpulan proposisi fundamental. Meski Homans tidak menrangkan proposisinya setidaknya dua individu yang berinteraksi, namun dengan hati-hati Homans menunjukkan bahwa proposisi itu berdasarkan prinsip psikologis. Proposisi ini dikatakan berdasarkan psikologi oleh Homans karena dua alasan. Alasan pertama, proposisi itu biasanya dinyatakan dan diuji secara empiris oleh orang yang menyebut dirinya sebagai psikolog. Kedua, karena menerangkan fenomena individu dalam masyarakat (Ritzer & Goodman, 2004:358).

Homans memang membahas psikologi namun dia tidak membayangkan

kalau masyarakat itu dalam keadaan yang terisolasi. Homans tau bahwa manusia adalah makhluk sosial dan menggunakan sebagian besar waktu mereka berinteraksi dengan manusia lain. Homans mencoba menerangkan prinsip-prinsip psikologi dengan perilaku sosial, menurutnya bahwa proposisi-proposisi umum psikologi terdapat perilaku manusia tidak berubah karena akibat interaksi dengan manusia satu dengan manusia lain ketimbang dari lingkungan fisik. Homans tidak menolak pendapat Durkheim yang menyatakan bahwa interaksi menimbulkan sesuatu yang baru. Homans malah menyatakan bahwa ciri-ciri yang baru muncul itu bisa dijelaskan dengan prinsip psikologi. Dalam sejumlah publikasi Homans merinci program untuk “mengembalikan orang ke (dalam)” sosiologi, tetapi Homans mencoba mengembangkan sebuah teori yang memusatkan perhatian pada psikologi, manusia dan “bentuk-bentuk mendasar kehidupan sosial” Menurut Homans, teori ini “membayangkan perilaku sosial sebagai pertukaran aktivitas, nyata atau tidak nyata, dan kurang lebih sebagai pertukaran hadiah atau biaya, sekurang-kurangnya dua orang (Ritzer & Goodman,2004:359).

Perilaku sosial ini lebih menitik beratkan perhatian pada proses interaksi. Menurut paradigma ini manusia atau individu memiliki sedikit kebebasan dan berpengaruh antara hubungan individu dan kemungkinan pengulangan (George Ritzer, 2011:72-73). Dalam teori pertukaran yang dijelaskan oleh Homans ini, Homans mencoba menjelaskan perilaku sosial mendasar dilihat dari sudut hadiah dan biaya. Homans juga termotivasi dengan teori struktural fungsional dari “teman dan koleganya” yaitu Talcott Parsons. Menurutnya struktural fungsional tak lebih sekedar menciptakan skema dan kategori konseptual, ia mengakui bahwasosiologi

memerlukan sekumpulan proposisi umum tentang hubungan antara kategori-kategori, menurutnya tanpa adanya proposisi yang sedemikian itu maka penjelasannya akan mustahil. Disini Homans bertekad untuk mengembangkan proposisi yang memusatkan perhatian pada level psikologi, sehingga hal yang seperti ini menjadi landasan teori pertukaran dari Homans (Ritzer & Goodman, 2004:359-360).

Homans menyatakan bahwa teori pertukarannya berasal dari psikologi perilaku dan ilmu ekonomi dasar atau teori pilihan rasional, ini dituangkannya dalam tulisannya yang berjudul *Social Behavior : Its Elementary Form*. Homans memulai dengan membahas paradigma perilaku dari B. F. Skinner, disini Skinner mengatakan bahwa perilaku sosial memusatkan perhatiannya kepada hubungan individu dan lingkungannya. Paradigma perilaku Skinner, khususnya tentang studi burung merpati Skinner, ia tertarik pada perilaku merpati sedangkan Homans memperhatikan perilaku manusia. Menurut Homans, merpati Skinner tidak terlibat dalam hubungan pertukaran yang sebenarnya dengan psikolog yang menelitinya. Merpati hanya terlihat dalam hubungan pertukaran satu pihak saja, sedangkan manusia sekurangnya harus ada dua pihak yang berada dalam interaksi tersebut. Menurut Homans, itu karena tidak adanya hubungan timbal balik pada merpati. Homans mendefinisikan hubungan demikian sebagai *perilaku individual*. Homans menyerahkan studi perilaku itu kepada psikolog, dan mendesak agar sosiolog harus mempelajari perilaku sosial “dimana aktifitas paling tidak dua ekor binatang, saling menguatkan (atau menghukum) aktivitas pihak lain dan dengan demikian saling mempengaruhi” (Ritzer & Goodman, 2004:360-361).

Dalam paradigma perilaku sosial ini ada dua teori yang masuk ke dalam paradigma perilaku sosial yaitu:

1) *Behavioral Sociology*

Behavioral Sociology dibangun untuk menerapkan prinsip-prinsip psikologi perilaku ke dalam sosiologi. Teori ini memfokuskan perhatiannya kepada hubungan antara akibat dari tingkah laku yang terjadi didalam lingkungan aktor dengan tingkah laku aktor. Akibat-akibat tingkah laku diperlakukan sebagai variabel independen. Teori ini berusaha menerangkan tingkah laku yang terjadi itu melalui akibat-akibat yang mengikutinya kemudian. Jadi secara metafisik teori ini mencoba menerangkan tingkah laku yang terjadi di masa sekarang melalui kemungkinan akibatnya yang terjadi di masa yang akan datang (Ritzer, 2011:73).

Behavioral Sociology adalah hubungan historis antara perilaku yang terjadi sekarang. Akibat dari perilaku yang terjadi di masa lalu mempengaruhi perilaku yang terjadi di masa sekarang. Salah satu yang diperoleh dari tingkahlaku nyata di masa lalu akan dapat diramalkan tingkah laku seseorang akan sama terjadi atau tidak (digulangnya) dalam situasi sekarang (Ritzer, 2011:73). Konsep Behavioral Sociology yang menjadi pemahamannya adalah: “*reinforcement*” yang bisa diartikan sebagai ganjaran(*reward*). Tidak ada yang melekat dalam objek yang dapat menyebabkan ganjaran. Perulangan tingkah laku tak dapat didefinisikan terlepas dari pengaruhnya terhadap perilaku itu sendiri. Sesuatu ganjaran yang tidak berdampak terhadap aktor tidak akan diulang.

2) Teori Exchange.

Teori ini dibangun dengan maksud sebagai reaksi terhadap paradigma fakta sosial, terutama menyerang ide durkheim secara langsung dari tiga jurusan yaitu:

a. Pandangannya tentang *Emergence*

Pakar sosiologi yang bernama George Homan mengakui bahwa dalam berlangsungnya proses interaksi, muncul suatu fenomena baru. Ungkapan dari Homan ini sebagian diterima oleh penganut paradigma Perilaku Sosial, tetapi soal cara menerangkan fenomena yang timbul dari proses interaksi tersebut, diperlukan proposisi baru lagi untuk menerangkan sifat fenomena baru yang timbul dari interaksi tersebut melebihi daripada yang diperlukan untuk tingkah laku yang sederhana menurut Homan ini tidak perlu.

b. Pandangannya tentang Psikologi

Psikologi memusatkan perhatian kepada bentuk-bentuk tingkah laku yang bersifat naluriah dan mengamsumsikan bahwa sifat manusia secara universal sama.

c. Metode penjelasan dari Durkheim

Menurut Durkheim, objek sosiologi adalah barang sesuatu dan sesuatu yang dianggap sebagai sesuatu. Sesuatu yang menjadi objek kajian sosiologi ini dapat dijelaskan jika faktor-faktor penyebab dapat ditemukan. Homan mengakui bahwa fakta sosial tertentu selalu menjadi penyebab dari fakta sosial lainnya. Menurut Homan hubungan antara penyebab dan akibat dari hubungannya itu selalu diterangkan oleh proposisi psikologi (Ritzer, 2011:75).

Dalam karya teoritis Homans, ia membatasi diri pada interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Namun, jelas Homans yakin bahwa sosiologi yang dibangun berdasarkan prinsip yang dikembangkan akhirnya akan mampu menerangkan semua perilaku sosial. Memusatkan perhatian pada jenis situasi ini dan mendasarkan beberapa pemikirannya pada temuan Skinner, Homans mengembangkan beberapa proposisi (Ritzer & Goodman, 2004:361). Proposisi tersebut yakni:

a. Proposisi Sukses (The Success Proposition)

Untuk semua tindakan yang dilakukan seseorang semakin sering tindakan khusus seseorang diberi hadiah, semakin besar kemungkinan orang melakukan tindakan itu (Ritzer & Goodman, 2004:361).

b. Proposisi Pendorong (The Stimulus Proposition)

Bila dalam kejadian di masa lalu dorongan tertentu atau sekumpulan dorongan telah menyebabkan tindakan orang diberi hadiah, maka makin serupa dorongan kini dengan dorongan masa lalu, makin besar kemungkinan orang melakukan tindakan serupa (Ritzer & Goodman, 2004:364).

c. Proposisi Nilai (The value Proposition)

Semakin tinggi nilai hasil tindakan seseorang bagi dirinya, makin besar kemungkinan dia melakukan tindakan itu (Ritzer & Goodman, 2004:364).

d. Proposisi Deprivasi-Kejemuan (The Deprivation-Satiation Proposition)

Semakin tinggi nilai hasil tindakan seseorang bagi dirinya, makin besar kemungkinan dia melakukan tindakan itu (Ritzer & Goodman, 2004:364).

e. Proposisi Persetujuan-Agresi (The Aggression-Approval Proposition)

Proposisi persetujuan-agresi terbagi atas dua, yakni proposisi A yang mengacu kepada emosional negatif, dan proposisi B menerangkan emosional yang positif. Proposisi A: bila tindakan orang tidak mendapatkan hadiah yang dia harapkan atau menerima hukuman yang tidak dia harapkan, dia akan marah. Besar kemungkinan dia akan melakukan tindakan yang agresif dan akibatnya tindakan demikian makin bernilai baginya (Ritzer & Goodman, 2004:365). Proposisi B: bila tindakan seseorang menerima hadiah yang dia harapkan, terutama hadiah yang lebih besar daripada yang dia harapkan, atau tidak menerima hukuman yang dia bayangkan, maka dia akan puas. Dia semakin besar kemungkinannya melaksanakan tindakan yang disetujui dan akibatnya tindakan seperti itu akan

semakin bernilai baginya (Ritzer & Goodman, 2004:366).

f. Proposisi Rasionalitas(The Rationality Proposition)

Dalam memilih di antara berbagai tindakan alternatif, seseorang akan memilih satu diantaranya, yang dia anggap saat itu memiliki *value* (V) sebagai hasil, dikalikan dengan probabilitas (P) untuk mendapatkan hasil yang lebih besar (Ritzer & Goodman, 2004:366).

Pada penelitian ini yang menjadi pertukaran ialah berupa nilai perilaku yang dilakukan oleh remaja yang belanja *online* yang remaja masih berstatuskan pelajar dan belum memiliki pemasukan sama sekali atau kerja dan alasan serta akibat dari belanja *online* yang mereka lakukan.

1.6.5 Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang berjudul “Perilaku Konsumen Mengunjungi Time Zone di Matahari Time Zone Pasar Raya Kota Padang” oleh Lusy Vera tahun 2005 penelitian ini dilakukan di Kota Padang. Lusy Vera ini berasal dari Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

Penelitian yang dilakukan oleh Lusy Vera ini bertujuan untuk mendeskripsikan alasan konsumen mengunjungi Matahari Time Zone dan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah ada hal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih lokasi. Dalam hal ini konsumen dipengaruhi oleh faktor tingkat loyalitas, keadaan ekonomi, persepsi terhadap Timezone, dan harga setiap permainan yang ada dan sebagainya serta ditemukan ada yang mempengaruhi tindakan konsumen yaitu tindakan rasional yang berorientasi nilai dalam hal ini individu dalam bertindak tidak lagi mempertimbangkan tujuan akan tetapi hanyalah alat atau sarana yang akan memungkinkan atau tidaknya bisa mencapai tujuan.

Penelitian relevan lainnya adalah penelitian yang berjudul “Alasan Konsumen Membeli Produk pada Perdagangan Maya 11 Orang Konsumen Perdagangan Maya di Kota Padang” oleh Riky Irfandi tahun 2010 penelitian ini dilakukan di Kota Padang. Riky Irfandi ini berasal dari Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

Penelitian yang dilakukan oleh Riky Irfandi ini bertujuan untuk mendeskripsikan alasan konsumen membeli produk pada perdagangan maya. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu: 1) konsumen terdiri dari latar belakang sosial yang berbeda, 2) alasan konsumen membeli produk pada perdagangan maya adalah karena didorong oleh dua faktor yaitu *because motive* dan *in order motive*. *Because motive* konsumen adalah karena pernah merasakan kemudahan di dunia maya, tarif yang lebih murah dibandingkan toko dan faktor pelayanan terhadap konsumen. Disisi lain yang menjadi *in order motive* konsumen adalah karena alasan yang didorong oleh adanya faktor kepercayaan, alasan merek sebagai *brand image*, sebagai identitas dan karena alasan bonus berbelanja.

Penelitian relevan lainnya adalah penelitian yang berjudul “Perilaku Belanja Online Melalui Media Facebook di Kota Palembang” oleh Miranti Carecatahun 2012 penelitian ini dilakukan di Kota Palembang. Miranti Careca ini berasal dari Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Penelitian yang dilakukan oleh Miranti Careca ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku belanja remaja melalui media facebook dan faktor-faktor perilaku belanja remaja yang mempengaruhinya di Kota Palembang. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu: 1) Perilaku belanja remaja melalui media

facebook, berdasarkan barang yang dibeli dari media online, jumlah barang yang dibeli, tempat dari remaja dalam membeli barang tersebut, nominal uang yang dikeluarkan oleh remaja dalam membeli barang dari media facebook. 2) Kerugian yang mungkin diderita oleh konsumen remaja yang berbelanja melalui media online seperti, barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang diharapkan, banyaknya aksi penipuan yang berkedok media online. 3) Faktor pendorong dari perilaku remaja melalui media online yaitu facebook adalah waktu, ketersediaan barang dipasar, total belanja nyaman, lebih suka browsing web daripada mengemudi disekitar kota, pemilihan produk tanpa batas, dan belanja yang nyaman dan tidak terburu-buru.

Penelitian relevan lainnya adalah penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Pada Online Dan Offline Shop Terhadap Niat Beli Ulang Di Original Kpop Online Shop” oleh Jeannie Angelina tahun 2018 penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Jeannie Angelina berasal dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Jeannie Angelina bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh kepercayaan konsumen pada *online shop* dan *offline shop* originalkpop dan mendeskripsikan niat beli ulang konsumen di originalkpop online shop tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen pada *online shop* dan *offline shop* Originalkpop ini secara bersama-sama berpengaruh sebesar 19,3% terhadap niat beli ulang di *online shop* Originalkpop, sedangkan 80,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis dalam penelitian ini.

Penelitian relevan lainnya adalah penelitian yang berjudul “Pengaruh Pembelian Online Dan Pembelian Offline Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening” oleh Farida Nailil Muna tahun 2019 penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta. Farida Nailil Muna ini berasal dari Jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Farida Nailil Muna ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perbedaan antara pembelian secara *online* dan pembelian secara *offline* terhadap minat beli konsumen pada keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pembelian secara *offline* berpengaruh lebih besar dibandingkan dengan sistem pembelian secara *online* terhadap minat konsumen dalam menciptakan keputusan.

Penelitian diatas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan. Persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen terutama remaja serta perdagangan dunia maya atau yang disebut juga sebagai belanja *online*. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta lokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 1. 2 Penelitian Relevan

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Lusy Vera/2005	Perilaku Konsumen Mengunjungi Time Zone di Matahari Time Zone Pasar Raya Kota Padang	Persamaan yaitu tentang perilaku konsumen serta perdagangan dunia maya atau yang disebut juga sebagai belanja online	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta lokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan.

2.	Riky Irfandi/2010	Alasan Konsumen Membeli Produk pada Perdagangan Maya 11 Orang Konsumen Perdagangan Maya di Kota Padang	Persamaan yaitu meneliti tentang perilaku konsumenserta perdagangan dunia maya atau yang disebut juga sebagai belanja online	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan sertalokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan.
3.	Miranti Careca/2012	Perilaku BelanjaOnline Melalui Media Facebookdi Kota Palembang.	Persamaan yaitu tentang perilaku remaja dalam belanja online melalui via aplikasi.	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan sertalokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan.
4.	Jeannie Angelina/2018	Pengaruh Kepercayaan Pada Online DanOffline Shop Terhadap Niat Beli Ulang Di Original Kpop Online Shop	Persamaan yaitu tentang perilaku konsumen serta perdagangan dunia maya atau yang disebut juga sebagai belanja online	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan sertalokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan.
5.	Farida Nailil Muna/2019	Pengaruh Pembelian OnlineDan Pembelan Offline Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening	Persamaan yaitu tentang perilaku konsumen serta perdagangan dunia maya atau yang disebut juga sebagai belanja online	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan sertalokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan.

Sumber: Data Primer 2021

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti sebagai cara untuk memperoleh data sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Afrizal (2014:13), metode penelitian kualitatif diartikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisa data berupa kata-kata baik itu lisan maupun tulisan serta perbuatan manusia. Menurut Denzin & Lincoln (1994), penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang memberikan gambaran tentang informasi mengenai gejala-gejala yang ada dan menginterpretasikan sebuah objek sesuai dengan apa adanya saat penelitian dilakukan. Metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode yang meneliti sebuah status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu objek, suatu sistem pemikiran atau fenomena-fenomena yang terjadi pada masa sekarang (Nazir, 1988:63).

Menurut Sugiyono (2011: 9), metode penelitian kualitatif adalah metode yang didasarkan pada filsafat positivisme, untuk meneliti benda-benda alam, peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi atau gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna daripada generalisasi.

1.7.2 Informan Penelitian

Menurut Moleong (2004:132) informan adalah setiap orang yang digunakan

sebagai sumber informasi dan kondisi latar penelitian. Informan penelitian merupakan sumber data yang akan memberikan informasi berkaitan dengan masalah yang menjadi fokus penelitian. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu peristiwa atau sesuatu hal kepada pewawancara mendalam (Afrizal, 2014: 139). Peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk mendapatkan informan, yaitu informan dicari dan disesuaikan dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mencari informan yang sesuai dengan kategori yang telah ditentukan dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Informan yang peneliti wawancarai adalah remaja di Kecamatan Tanjung Harapan Kota Solok.

Triangulasi menurut Norman K. Denkin adalah gabungan berbagai metode yang digunakan untuk mempejari fenomena yang saling terkait dari perspektif serta perspektif yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data berarti mengumpulkan data dari berbagai yang berbeda dengan menggunakan metode yang sama seperti menggunakan informan yang berbeda untuk mengkonfirmasi kebenarannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perilaku konsumen remaja yang berbelanja online sebagai triangulasi.

Jumlah informan yang akan diambil disesuaikan dengan tujuan penelitian dan tergantung pada kecukupan informasi yang diperoleh pada saat pengumpulan informasi. Kriteria yang ditetapkan peneliti dengan maksud agar tidak keluar dari konteks dan memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Afrizal (2014:139) telah membagi informan menjadi dua kategori yaitu :

1. Informan pengamat merupakan informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan kategori ini dapat dikatakan sebagai orang yang tidak diteliti atau dapat juga disebut sebagai agen/saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Informan pengamat pada penelitian ini yaitu orang tua remaja, tetangga, dan kurir ekspedisi. Informasi yang diberikan berupa interaksi antara pelaku dengan kurir atau orang tuanya, serta reaksi dan tindakan pelaku sebelum dan sesudah belanja online.
2. Informan pelaku merupakan informan yang memberikan keterangan atau informasi terkait dirinya, perbuatannya, pikirannya, dan interpretasinya (makna) atau tentang pengetahuannya. Informan Pelaku pada penelitian ini adalah remaja yang berbelanja online dari remaja pada rentang usia 12-15 tahun sampai usia 18-21 tahun, serta remaja yang termasuk ke dalam kriteria konsumen yaitu konsumen pemula dan konsumen member. Informan merupakan orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun tentang orang lain atau suatu kejadian. Informan memiliki informan tertentu yang telah ditentukan sendiri oleh peneliti. Kriteria ini dibentuk dengan tujuan untuk menjadikan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data yang valid. Dengan demikian, maka informan pelaku dan pengamat dalam penelitian ini adalah sebagaimana dalam tabel 1.3 dan 1.4 berikut:

Tabel 1. 3 Data Informan

No	Nama	Usia	Pendid	J	Pekerjaan	Jumlah Belanja/bulan
----	------	------	--------	---	-----------	----------------------

			ikan	S	Ayah	Ibu	Kosmetik	Pakaian
1.	Indah Amelia	21	Mahasiswa	3	BHL	IRT	3	2
2.	Sharvina Salsabil	18	Mahasiswa	2	Pedagan g	IRT	1	3
3.	Agnes Fradila Alsabet	22	Mahasiswa	2	Wiraswa sta	Pegawai Swasta	4	3
4.	Elsa Safitri	20	Mahasiswa	4	Pedagan g	Pedagan g	2	3
Total							10	11

Ket: JS: Jumlah Saudara BHL: Buruh Harian Lepas IRT : Ibu Rumah Tangga
 Sumber: Data Primer 2021

Dari tabel 1.3 data informan diatas, dapat dilihat informan merupakan remaja yang masih bersekolah dan dalam tanggung jawab orang tua. Informan menggunakan handphone yang berbeda tetapi menggunakan aplikasi belanja yang sama yaitu aplikasi Shoppe. Remaja lebih memilih belanja di aplikasi shoppe ini dikarenakan mereka lebih percaya memakai aplikasi ini daripada yang lain serta mereka tidak pernah mengalami hal buruk dalam belanja online di aplikasi ini. Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 orang, ke empat informan ini memberikan jawaban pada saat wawancara mendalam hampirsama.

Tabel 1. 4 Data Informan Pengamat

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Enliza	47	Perempuan	IRT
2.	Gumayanti	44	Perempuan	IRT
3.	Beti	47	Perempuan	PegawaiSwasta
4.	Yuni Surya Wati	41	Perempuan	Pedagang
5.	Bintang Rehari	27	Laki-laki	Kurir JNT
6.	Alfi Rahman	20	Laki-laki	Kurir JNT

Ket:cIRT: Ibu rumah tangga JNT: Jet and Tony
 Sumber: Data Primer 2021

Data tabel 1.4 di atas bagian informan pengamat itu ada 6 orang terdiri dari

4 orang tua informan pelaku dan 2 kurir ekspedisi yang selalu mengantarkan paket kepada informan pelaku. Dalam tabel terdapat singkatan dalam pekerjaan informan, untuk singkatan BHL yaitu Buruh Harian Lepas dan untuk singkatan IRT yaitu Ibu Rumah Tangga. Informan diatas sama-sama melakukan transaksi belanja *online* melalui aplikasi yang sama dan menggunakan handphone pintar yaitu android dengan merk yang berbeda.

Penelitian kualitatif tidak tergantung pada sejumlah informan yang harus diwawancarai, tetapi lebih bergantung pada kualitas data yang dikumpulkan dalam hal ini yaitu validasi data (data yang terkumpul mampu menunjukkan sesuatu yang ingin diketahui secara benar). Penelitian kualitatif ini sendiri memperhatikan asas kejenuhan data yaitu apabila jawaban yang diberikan oleh masing-masing informan hampir sama, maka penambahan jumlah sampel tidak diperlukan lagi atau dapat dihentikan, artinya peneliti dapat menentukan sendiri informan penelitiannya berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitiannya (Singarimbun, 1989:112). Adapun maksud daripada kriteria tertentu yang peneliti tetapkan ialah berfungsi untuk memberikan informasi yang sesuai dan sejalan dengan tujuan penelitian.

Penetapan kriteria-kriteria informan dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Remaja yang berbelanja online kurang dari Rp. 500.000.
2. Remaja yang tinggal dengan orang tuanya.
3. Remaja yang memiliki pekerjaan atau punya penghasilan tetap.
4. Remaja yang berbelanja online pakaian dan kosmetik.

1.7.3 Data yang Sudah Diambil

Pada penelitian ini data-data yang akan diambil di lapangan adalah data remaja yang melakukan pembelian barang dengan cara bertransaksi secara online di Kecamatan Tanjung Harapan Kota Solok. Dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data (Sugioyono, 2009:137):

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan mengenai informasi-informasi yang dibutuhkan kepada pengumpul data. Informasi-informasi yang akan digali dari informan adalah tentang perilaku remaja dalam melakukan pembelian barang dengan cara transaksi online. Data diambil melalui wawancara mendalam yang dilakukan kepada informan pelaku dan juga informan pengamat terkait dengan transaksi belanja *online* yang dilakukan melalui aplikasi yang sama yaitu *Shopee*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung memberikan informasi-informasi kepada pengumpul data misalnya seperti dokumen atau lewat orang lain. Data tidak langsung yang dimaksud dalam penelitian ini berupa data-data yang berasal dari artikel dan jurnal serta penelitian yang sudah ada sebelumnya dan memiliki kaitan dengan penelitian ini. Data yang dimaksudkan seperti data jumlah remaja di Kecamatan Tanjung Harapan di Kota Solok yang melakukan pembelian barang secara online dan perilaku remaja dalam bertransaksi tersebut. Data ada juga yang diambil melalui internet seperti peta Kota Solok, jumlah masyarakat Kota Solok dan kecamatan Tanjung Harapan sertamencari artikel dan jurnal terkait dengan Perilaku Remaja Berbelanja *Online*.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang artinya membutuhkan data-data berupa tulisan dan lisan seperti pembicaraan orang, artikel, jurnal, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data diartikan sebagai cara dalam mengumpulkan data sedangkan alat pengumpulan data diartikan sebagai benda-benda yang akan membantu dalam mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi adalah cara untuk mengumpulkan data dengan mengamati atau mengobservasi objek penelitian atau peristiwa baik berupa manusia maupun alam. Data yang diperoleh adalah untuk mengetahui sikap dan perilaku manusia, benda mati atau gejala alam, sedangkan alat yang digunakan adalah pedoman observasi. Kelebihan observasi adalah data yang diperoleh lebih dapat dipercaya karena dilakukan pengamatan sendiri. Observasi sebagai alat pengumpulan data ini banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati baik dalam situasi yang sebenarnya atau tidak. Observasi juga dilakukan terhadap jenis *handphone* (merk, spesifikasi, harga beli dan tahun pembelian), aplikasi yang ada didalamnya.

Peneliti melakukan pengamatan berdasarkan dari kedatangan kurir ke rumah calon informan, kurang lebih 2-3 kali dalam jangka waktu 1 bulan. Tidak jarang kedatangan kurir ini juga mengantarkan paket yang dibayar di tempat atau disebut juga dengan COD (*cash on delivery*). Barang yang diantarkan oleh kurir ke calon informan seperti kosmetik, pakaian, elektronik dan aksesoris. Observasi

dilakukan dengan mengamati setiap kali informan melakukan belanja secara online dan selalu komunikasi dengan kurir ekspedisi apabila informan telah melakukan transaksi *online*. Observasi ini dilakukan pada siang hari sebelum melakukan wawancara kepada informan pelaku dan informan pengamat. Observasi dilakukan seorang diri dikarenakan jarak rumah peneliti dengan informan lumayan dekat. Observasi juga dilakukan langsung ke rumah informan.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan proses komunikasi dua arah yang langsung berhadapan dengan subyek penelitian. Pada wawancara mendalam ini wawancara bersifat luwes, susunan kata-kata bahkan susunan pertanyaan bisa berubah sesuai dengan alur dan kondisi pada saat sedang melakukan wawancara. Menurut Afrizal (2014: 21) seorang peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail dengan alternatif jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan yang umum yang kemudian didetailkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara berikutnya.

Wawancara mendalam dilakukan karena penulis ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk bercerita atau memberikan informasi terkait dengan belanja *online* yang dilakukan oleh informan. Instrumen penelitian yang diperlukan ialah buku catatan lapangan, alat rekam, serta pedoman wawancara yang sebelumnya dipersiapkan atas arahan dari dosen pembimbing.

Dalam penelitian ini wawancara mendalam dilakukan dengan semua informan yang sesuai dengan kriteria informan penelitian yang telah ditentukan

oleh penulis sebagai penunjang penelitian. Informan yang dimaksud disini termasuk informan pelaku dan pengamat. Wawancara ini ditujukan kepada remaja-remaja yang melakukan transaksi belanja *online*, orang tua dari remaja tersebut dan kurir ekspedisi yang mengantarkan pesanan barang yang telah dipesan oleh remaja tersebut.

Wawancara dilakukan setelah penulis melakukan pengamatan terhadap remaja yang belanja *online* melalui platform yang disukai ataupun yang biasa digunakan oleh remaja untuk belanja barang yang diinginkan ataupun dibutuhkan. Peneliti juga melakukan pengamatan kepada kurir yang mengantarkan barang remaja tersebut dengan cara ikut secara langsung ketika melakukan pengantaran barang tersebut, setelah melakukan pengamatan itu barulah peneliti melakukan wawancara dengan cara menghampiri informan ke kediaman informan kedatangan penulis diterima dengan baik oleh informan.

Wawancara mendalam orang tua dari remaja dilakukan bersamaan dengan wawancara remaja di rumahnya yang sebelumnya peneliti sudah menghubungi informan untuk menanyakan kesediaannya untuk diwawancarai. Wawancara mendalam untuk kurir dilakukan ketika kurir telah pulang dan selesai dengan tugasnya, wawancara ini dilakukan di kantor JNT Solok.

Wawancara dengan Indah Amelia (21 tahun) sebagai informan pelaku ini dilakukan di rumahnya pada tanggal 01 Juli 2021. Penulis menghampiri informan ke kediamannya ketika informan sedang tidak kuliah, informan melakukan belanja *online* ini sudah dari ia masih sekolah dulu. Peneliti memutuskan untuk menjadikan Indah sebagai informan dikarenakan ia sesuai dengan kriteria penulis yang telah

ditentukan dari awal. Informan pertama ini cukup memberikan informasi yang terbilang banyak kepada penulis, informan ini komunikatif sehingga mempermudah jalannya proses wawancara.

Informan kedua yaitu Agnes Fradila Alsabet (22 tahun) informan ini ditemui di rumahnya ketika ia sedang senggang. Wawancara dilakukan dengan aman dan santai informan orang yang sangat komunikatif ia banyak bercerita sehingga penulis tidak kesusahan untuk mewawancarai informan ini.

Informan ketiga yaitu Sharvina Salsabil (18 tahun) informan ini ditemui penulis di kediamannya yang tidak jauh dari rumah penulis. Wawancara dilakukan dengan cukup baik hanya saja Sharvina tidak terlalu banyak bercerita ia hanya menjawab pertanyaan dengan singkat dan seperlunya saja ini membuat jalannya proses wawancara tidak lama dan hanya bercerita sedikit saja, sehingga penulis lebih berusaha lagi untuk membuat informan ini lebih banyak bercerita.

Informan keempat yaitu Elsa Safitri (20 tahun) informan ini ditemui malam hari ketika ia sedang berada di pasar untuk membantu orangtuanya berjualan. Wawancara dilakukan sangat singkat karena informan pada saat itu sedang sibuk melayani orang dan keadaan waktu itu warung orang tuanya ramai sehingga tidak banyak informasi yang diberikan, serta waktu saat itu sudah malam jadi penulis juga tidak bisa melakukan pengambilan dokumentasi.

3. Studi Dokumen

Metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara mencari data atau informasi yang sudah dicatat atau dipublikasikan dalam beberapa dokumen yang ada seperti buku induk, buku pribadi, dan surat-surat keterangan

lainnya.

Dokumentasi berasal dari kata “dokumen” yang berarti barang tertulis. Metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.

Dokumentasi dilakukan pada saat informan melakukan transaksi jual beli barang *online* dengan kurir melalui informasi yang didapatkan oleh kurir serta foto data belanja yang dibayarkan melalui aplikasi belanja *online* yang digunakan.

1.7.5 Unit Analisis

Dalam suatu penelitian unit analisis diperlukan agar dapat memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan serta menentukan kriteria dari objek dan subyek yang akan diteliti sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Unit analisis bisa seperti individu, masyarakat, dan lembaga. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yaitu: Remaja dari fase awal sampai dengan fase akhir.

1.7.6 Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan. Pengumpulan data dan analisis data ini dilakukan secara bersamaan bukan terpisah. Milles dan Huberman (1992:16-18) menjelaskan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara siklus, dimulai dari tahap satu sampai tiga, kemudian kembali ke tahap satu seperti

yaitu:

1. Tahap kodifikasi data merupakan tahap pekodean data atau pemberian nama atau kode pada hasil penelitian, sehingga dengan melakukan pemberian nama peneliti akan memperoleh tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian yang sebelumnya telah diberi nama oleh peneliti (Afrizal, 2014: 178).
2. Tahap penyajian data merupakan suatu tahap lanjutan dari analisis yang dilakukan oleh peneliti dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Pada tahap ini peneliti dianjurkan untuk menggunakan matrik dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian (Afrizal, 2014: 179). Dalam pengambilan suatu keputusan pembelian konsumen dikelompokkan ke dalam pengelompokan tersebut (Zubaidah Hanum dan Sahral Hidayat, 2017:39) sebagai berikut:

- a. Pengenalan kebutuhan

Merupakan tahap pertama didalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan.

- b. Pencarian informasi

Hal ini merupakan hal pertama yang akan dilakukan oleh konsumen ketika akan membeli suatu produk.

- c. Evaluasi alternatif

Merupakan tahap proses pembeli menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.

- d. Keputusan pembelian

Pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian

produk serta mengkonsumsinya.

e. Perilaku pascapembelian

Proses keputusan pembeli, konsumen melakukan tindakan selanjutnya setelah pembelian dilakukan dan berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.

f. Tahap verifikasi atau penarikan kesimpulan

adalah tahap dimana peneliti menarik kesimpulan dari temuan data yang telah diperoleh. Kemudian setelah kesimpulan diambil oleh peneliti mengecek lagi keaslian dari data yang telah dikoding oleh peneliti dari awal sampai akhir untuk memastikan tidak terjadi kesalahan yang dilakukan.

Pada saat melakukan proses analisis data, penulis mengumpulkan data dengan cara wawancara dan melakukan observasi. Pengumpulan data tersebut terdapat jenis data primer yaitu hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan lalu penulis sajikan dalam bentuk transkrip wawancara sebelumnya penulis telah melakukan kodifikasi terhadap data yang dibutuhkan penulis dalam penelitian yang dilakukan. Pada saat wawancara penulis menggunakan bahasa Indonesia sehingga proses wawancara berjalan dengan lancar dan informan mengerti dengan baik setiap wawancara yang dilakukan.

1.7.7 Proses Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini melalui beberapa proses penelitian yang penulis bagi atas beberapa tahapan penelitian yang dimulai dari awal hingga akhir penelitian ini. Tahapan pertama yaitu sebelum turun lapangan, tahapan kedua yaitu pada saat turun lapangan atau melakukan penelitian, dan terakhiritu tahapan ketiga yaitu penyusunan laporan dari turun lapangan yang telah dilakukan penulis. Penelitian sebelumnya melakukan tahapan pra lapangan, yaitu tahapan pengajuan

dua judul penelitian kepada dosen pembimbing akademik yang kemudian dosen tersebut akan memilih salah satu judul yang nantinya akan diajukan ke pihak jurusan. Setelah pengajuan judul ke jurusan, lalu penulis mulai menyusun Term Of References (TOR) yang berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang akan dilakukan. Setelah penulis selesai TOR ini, TOR lalu disajikan di jurusan dan di rapatkan oleh pihak berwenang di jurusan untuk menentukan dosen yang mendukung dan membimbing dalam pembuatan proposal dan abstrak serta skripsi penulis. Setelah hasil rapat diketahui, hasil tersebut akan diumumkan dan di dalamnya ada nama-nama dosen yang akan membimbing penulisan dari awal hingga penulisan selesai. Penulis memulai melakukan penulisan proposal penelitian yang diawali dengan observasi di lokasi penelitian, untuk mendapatkan data pertama, penulis melakukan observasi pada bulan Juli 2021.

Dari hasil wawancara dengan remaja yang melakukan transaksi belanja secara *online* dengan mengunjungi kediaman informan yang tidak terlalu jauh dari kediaman penulis. Penulis sebelum melakukan wawancara dengan informan penulis menghubungi informan melalui *Whatsapps* untuk meminta kesediaan untuk menjadi informan dalam penelitian penulis, setelah mendapatkan izin dan kesediaan dari informan barulah penulis melakukan wawancara ringan dengan mengunjungi informan ke kediamannya dengan menanyakan pertanyaan yang simple untuk mencari informasi terkait tentang informan ini sesuai atau tidak dengan kriteria yang telah ditentukan.

Kemudian setelah adanya izin yang didapatkan penulis barulah penulis

mulai menyusun proposal penelitian dan mulai bimbingan dengan Dosen Pembimbing sampai proposal selesai. Setelah proposal penelitian selesai dan telah disetujui oleh Dosen Pembimbing, penulis kemudian mendaftarkan proposal penelitiannya tersebut kepada pihak jurusan untuk diseminarkan. Pada tanggal 23 Februari 2021 penulis dinyatakan lulus dalam ujian seminar proposal. Setelah selesai melakukan ujian seminar proposal, penulis kemudian memperbaiki proposal yang salah sesuai dengan arahan pembimbing dan penguji pada saat seminar proposal.

Penulis menyusun pedoman wawancara sekaligus mengurus surat izin penelitian ke Fakultas melalui Web Fakultas untuk dapat melakukan kegiatan turun lapangan. Setelah itu surat izin penelitian keluar dari Fakultas peneliti kemudian mulai untuk turun ke lapangan dan melakukan penelitian. Peneliti juga menyerahkan surat izin penelitian dan surat rekomendasi penelitian di Kepala Kantor Kesbangpol Kota Solok untuk melakukan survei dan penelitian lapangan di Kecamatan Tanjung Harapan Kota Solok, peneliti juga mencari informasi dan menemui informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian.

Peneliti juga mencari informasi dan menemui remaja yang melakukan transaksi belanja *online* melalui aplikasi belanja yang telah ditetapkan penulis. Pada hari Selasa 29 Juni 2021 jam 14.00 WIB yang berlokasi di kediaman dari remaja tersebut. penulis mengamati dahulu informan tersebut yang sebelumnya penulis mendapatkan informasi dari kurir ekspedisi yang merupakan informan pengamat dalam penelitian ini.

Berdasarkan informasi yang didapatkan ada beberapa informan saja yang mau melakukan wawancara. Selama melakukan penelitian adanya kendala yang didapatkan oleh peneliti, adanya informan yang tidak bersedia melakukan wawancara, informan yang pemalu ketika di wawancarai dan adanya informan yang hanya sedikit bercerita selama proses wawancara dilakukan. Pada saat menemui remaja yang belanja *online* melalui aplikasi, informan ini ada yang merasa terganggu dan ada juga yang menolak dan hanya beberapa yang menerima kedatangan penulis saat itu dan pada akhirnya peneliti mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari informan yang bersedia untuk di wawancarai. Informan ini lalu menceritakan semuanya dari awal belanja *online*, alasan belanja, dan latar belakang remaja melakukan transaksi belanja *online* ini.

1.7.8 Definisi Operasional Konsep

Ada beberapa konsep yang digunakan dalam penelitian ini dan perlu diberi batasan untuk mempermudah peneliti dalam memahaminya. Definisi konsep ini merupakan informasi ilmiah yang membantu peneliti dalam mengukur variabel yang digunakan. Untuk menghindari kerancuan dalam pemakaian konsep, maka perlu didefinisikan konsep-konsep yang dimaksudkan adalah:

Perilaku: suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh perorangan ataupun kelompok yang ada hubungan dengan dirinya sendiri atau dengan lingkungannya.

Remaja: masa peralihan diri anak menuju dewasa, yang pada masa ini manusia banyak mengalami perubahan baik itu perubahan secara fisik maupun mental.

Belanja Online: suatu bentuk perdagangan yang menggunakan perangkat elektronik yang tersambung dengan jaringan internet sehingga terjadi interaksi antara penjual dan pembeli,

1.7.9 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian bisa juga disebut sebagai *setting* atau konteks dalam penelitian atau dapat dikatakan juga tempat dari sebuah penelitian. Tempat tidak selalu mengacu pada suatu wilayah tetapi juga bisa kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014: 128). Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah Kecamatan Tanjung Harapan Kota Solok dikarenakan Kemampuan pasar yang kurang dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan harga yang tinggi untuk barang-barang yang tren atau populer serta Kota Solok masih merupakan kota kecil kurang lebih 69.776 jiwa namun ada indikasi belanjaonline remajanya lebih tinggi dan angka tertinggi tersebut terdapat di Kecamatan Tanjung Harapan dibandingkan Kecamatan Lubuk Sikarah Kota Solok. Kecamatan Tanjung Harapan merupakan pusat kota sehingga semua akses fasilitas pertokoan lebih mudah diakses.

1.7.10 Jadwal penelitian

Jadwal penelitian ini dibuat sebagai pedoman pelaksanaan dalam menulis karya ilmiah (proposal) sesuai dengan tabel di bawah ini :

Tabel 1. 5 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2021-2022			
		Feb 2021	Feb 2021- April 2021	April 2021- Juli 2021	Juli 2021- Mei 2022

1.	Penulisan Proposal	■			
2.	Penelitian Lapangan		■		
3.	Analisis Data			■	
4.	Penulisan Skripsi				■

