

## ABSTRAK

Luthfia Dwi Rohma. 200521100037. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Skripsi ini tentang "Pola Konsumsi Remaja Putri dalam Penggunaan Produk Kecantikan pada Aplikasi Shopee di Desa Ngoro Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang", dengan dosen pembimbing Prof. Khoirul Rosyadi, S.S., M.Si., Ph.D.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis pola konsumsi remaja putri di Desa Ngoro dalam melakukan pembelian produk kecantikan pada pengguna aplikasi Shopee yang ada di Desa Ngoro Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang. Maraknya belanja *online* dengan berbagai kemudahan membuat para remaja kerap mengalami perilaku konsumtif. Mereka sering kali tidak bisa membedakan antara keinginan dan kebutuhan yang sebenarnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik menganalisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Metode keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi remaja putri Desa Ngoro cukup tinggi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dalam pembelian produk kecantikan khususnya pada jenis *skincare*, *make up*, dan *bodycare*. Banyak faktor pendorong remaja dalam melakukan pembelian, yakni terpengaruh oleh *influencer* dan media sosial, ulasan dan rekomendasi maupun adanya diskon dan promo yang diadakan oleh Shopee seperti *flash sale* dan *big sale*. Faktor-faktor ini berfungsi sebagai tanda yang memberikan makna lebih pada produk tersebut. Mereka membeli produk kecantikan tersebut tidak hanya untuk kebutuhan fungsional saja, melainkan juga memiliki nilai simbolis. Nilai simbolis ini mencakup peningkatan citra diri dan status sosial mereka dimata teman sebayanya, sehingga menjadikan produk tersebut lebih dari sekedar alat kecantikan saja, tetapi juga simbol identitas dan status sosial.

**Kata Kunci:** Pola konsumsi, Produk Kecantikan, Shopee

## **ABSTRACT**

*Luthfia Dwi Rohma. 200521100037. Sociology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University, Madura. This thesis is about "Consumption Patterns of Young Women in Using Beauty Products on the Shopee Application in Ngoro Village, Ngoro District, Jombang Regency", with supervisor Prof. Khoirul Rosyadi, S.S., M.Si., Ph.D.*

*The aim of this research is to determine and analyze the consumption patterns of young women in Ngoro Village in purchasing beauty products among users of the Shopee application in Ngoro Village, Ngoro District, Jombang Regency. The rise of online shopping with various conveniences means that teenagers often experience consumerist behavior. They often cannot differentiate between true wants and needs.*

*The research method used is qualitative with a case study approach. Data collection was carried out through observation, in-depth interviews and documentation. The selection of informants used purposive sampling technique. Data analysis techniques use data reduction, data presentation and drawing conclusions. The data validity method uses source triangulation techniques.*

*The research results show that the consumption patterns of young women in Ngoro Village are quite high, giving rise to consumptive behavior in purchasing beauty products, especially skincare, make-up and bodycare. There are many factors driving teenagers to make purchases, namely being influenced by influencers and social media, reviews and recommendations as well as discounts and promos held by Shopee such as flash sales and big sales. These factors function as signs that give more meaning to the product. They buy these beauty products not only for functional needs, but also have symbolic value. This symbolic value includes improving their self-image and social status in the eyes of their peers, thus making the product more than just a beauty tool, but also a symbol of identity and social status.*

**Keywords:** *Consumption patterns, Beauty Products, Shopee*