

ABSTRACT

Faiz Zamzam Zakariya. 180521100030. *Sociology Study Program. Faculty of Social Sciences and Cultural Sciences. Trunojoyo Madura University. "Shopee Double Date Routine Promotion as a Trigger for Consumptive Behavior (Phenomenological Study of Interest in Online Shopping for University of Trunojoyo Madura Students).*

The purpose of this study was to find out how the Shopee Special Twin Date Routine Promo Triggers Consumptive Behavior of Trunojoyo University Madura University Students. Qualitative research methods, using a phenomenological approach. The subjects of this study were students with certain predefined characteristics. Methods of data collection using observation, interviews and documentation. The informants in this study were several from various departments at Trunojoyo Madura University. Informants were selected using snowball sampling. Data analysis techniques use the Miles and Huberman models. Jean Paul Baudrillard's theory of consumer society and data examination using source triangulation.

The results of this study show that routine Shopee twin date promos form consumption behavior activities, which cause the goods purchased are not a need but a desire. The shift in sign and symbol values is aimed at informants forming their own identity that differentiates them from others, through trending branded goods. Promos on Shopee's twin dates are only an intermediary for desires in fulfilling the goods desired by students.

Keywords: *Student, consumptive, Shopee, Twin Dates*

ABSTRAK

Faiz Zamzam Zakariya. 180521100030. Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. "Promo Rutin Tanggal Kembar Shopee Sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif (Studi Fenomenologi Ketertarikan Belanja Online Mahasiswa Universitas Trunojoyo Maduri).

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Promo Rutin Tanggal Kembar Istimewa Shopee Pemicu Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura. Metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa dengan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah beberapa dari berbagai jurusan di Universitas Trunojoyo Madura. Informan dipilih dengan menggunakan *snowball sampling*. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Teori masyarakat konsumen Jean Paul Baudrillard dan pemeriksaan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Promo rutin tanggal kembar Shopee, membentuk aktivitas perilaku konsumsi, yang menyebabkan barang yang dibeli bukan sebuah kebutuhan melainkan sebuah keinginan. Pergeseran nilai tanda dan nilai simbol ditujukan pada informan membentuk identitas dirinya yang membedakan dengan orang lain, melalui dengan barang ber merk yang lagi trend. Promo pada tanggal kembar Shopee yang hanya sebagai perantara keinginan hasrat dalam pemenuhan barang yang diinginkan oleh mahasiswa.

Kata kunci : Mahasiswi, konsumtif, Shopee, Tanggal Kembar