

## RINGKASAN

Globalisasi merupakan sebuah proses dalam menjadikan seluruh dunia berada dalam satu lingkup tanpa batas baik tempat maupun waktu. Salahsatu hasil dari proses globalisasi tersebut adalah internet, Internet kemudian mengembangkan sistem berbelanja baru yang dilakukan secara daring. Termovitasi oleh kegiatan belanja secara daring. Penelitian ini kemudian dilakukan untuk mencari faktor pendorong dan dampak dari belanja secara daring khususnya pada masyarakat desa. Penelitian dilakukan di desa Candiwulan yang secara administratif merupakan bagian dari Kabupaten Banjarnegara Jawa Tengah. Tingkat pendidikan dan tempat tinggal dijadikan sebagai variabel yang merupakan dorongan atau faktor dari perilaku berbelanja secara daring dan timbulnya perilaku konsumtif sebagai dampak dari globalisasi.

Penelitian dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan Survei, menggunakan angket sebagai instrumen penelitian. Penelitian dilakukan dengan melibatkan responden sebanyak 47 orang dengan menggunakan sampel kuota berdasarkan penghitungan Slovin dengan rasio kesalahan sebesar 15%. Kemudian penelitian ini menggunakan tiga variabel dengan rincian dua variabel bebas yaitu Tempat Tinggal dan Tingkat Pendidikan serta sebuah variabel terikat yaitu Perilaku Belanja *Online*. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Belanja secara daring mengarahkan individu kepada kecenderungan konsumtif, Hubungan antara faktor tempat tinggal individu dan perilaku untuk melakukan aktivitas belanja online adalah tinggi, dan Hubungan antara faktor tingkat pendidikan individu dan perilaku untuk melakukan aktivitas belanja online adalah tinggi.

Berdasarkan hipotesis yang diambil, hasil penelitian menunjukkan hasil yang keseluruhan menolak hipotesis tersebut. Berdasarkan hasil penghitungan dengan aplikasi SPSS, Hipotesis antara tingkat pendidikan dan perilaku menunjukkan hasil yang kuat dalam mendukung hipotesis dengan skor .077; sedangkan hipotesis antara tempat tinggal dan perilaku justru berlawanan atau berkebalikan dengan skor minus .063; dan hipotesis belanja secara daring mendorong perilaku konsumtif menghasilkan presentase sebesar 47 persen atau tidak kuat terbukti.

## SUMMARY

Globalization is a process of bringing the entire world into one scope without boundaries of both place and time. One of the results of the globalization process is the internet, internet then developed revolutionary shopping system with online based. Motivated by the phenomenon of online shopping, this research was then conducted to find the driving factors and impacts of online shopping, especially in rural communities. The research was conducted in desa Candiwulan which is administratively part of Banjarnegara Regency on Central Java. Education level and place of residence are used as variables which are the impetus or factors of online shopping behavior and the emergence of consumptive behavior as a result of globalization.

The research was conducted using a quantitative research method with a surveillance approach, using a questionnaire as a research instrument. The study was conducted by involving 47 respondents using a quota sample based on Slovin's calculation with an error ratio of 15%. Then this study uses three variables with details of two independent variables, Residence and Education Level and a dependent variable, namely Online Shopping Behavior. The hypotheses used in this study are: Online shopping leads individuals to consumptive tendencies, The relationship between individual residence factors and behavior to conduct online shopping activities is high, and The relationship between individual education level factors and behavior to conduct online shopping activities is high.

Based on the hypothesis taken, the results showed that the overall results rejected the hypothesis. Based on the results of calculations using the SPSS application, the hypothesis between the level of education and behavior shows strong results in supporting the hypothesis with a score of .077; while the hypothesis between residence and behavior is opposite with a score of minus .063; and the hypothesis that online shopping encourages consumptive behavior produces a percentage of 47 percent which mean it's not quite strong enough to proven.