

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perilaku belanja *online* mahasiswa FISIP Unsoed serta menganalisis bagaimana perilaku tersebut berkontribusi dalam mengekspresikan identitas dan gaya hidup mereka. Penelitian ini memperlihatkan bahwa *e-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai platform transaksi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun identitas dan mengekspresikan gaya hidup mahasiswa di era digital.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perilaku belanja *online* di kalangan mahasiswa FISIP Unsoed dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain kepraktisan, harga yang lebih murah, variasi produk yang beragam, serta pengaruh dari media sosial. Mahasiswa cenderung memilih platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, karena mereka dapat memanfaatkan berbagai promo, diskon dan fitur menarik yang ditawarkan pada platform tersebut.

Belanja *online* telah menjadi salah satu cara penting bagi mahasiswa untuk mengekspresikan identitas dan gaya hidup mereka. Pilihan produk, merek, dan platform yang mereka gunakan mencerminkan nilai, preferensi, dan kepribadian masing-masing. Misalnya, mahasiswa yang aktif berolahraga biasanya akan memilih perlengkapan olahraga, sedangkan mereka yang lebih fokus pada perawatan diri cenderung berinvestasi dalam produk kecantikan. Selain itu, belanja *online* memberikan peluang bagi mahasiswa untuk menampilkan gaya hidup yang lebih eksklusif dan unik, dengan membeli barang-barang yang jarang digunakan secara umum. Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bahwa belanja *online* bukan sekadar alat untuk berbelanja, melainkan juga menjadi media untuk mengekspresikan identitas diri. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana mahasiswa menggunakan media *e-commerce* sebagai sarana ekspresi identitas dan gaya hidup mereka serta membantu memperluas pemahaman tentang peran media dalam membentuk budaya konsumen.

B. Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini yaitu:

1. Peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan membandingkan ekspresi identitas dalam belanja *online* antara mahasiswa dari berbagai latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi.
2. Perguruan tinggi dapat mendorong perilaku mahasiswa untuk mengelola konsumsi mereka di era digital agar menghindari perilaku konsumtif berlebihan.

