

## ABSTRAK

Media sosial saat ini dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* seperti *e-commerce*. Hal tersebut menunjukkan media sosial telah menambah fitur tambahan yang semakin lengkap. Fitur tersebut memfasilitasi masyarakat untuk bisa berbelanja *online* secara langsung sehingga memudahkan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif seorang pengguna TikTok generasi Z dalam berbelanja di TikTok Shop yang bertindak konsumtif. Teori motif yang digunakan berdasarkan teori motif Alfred Schutz yaitu *because motive* (sebab) dan *in-order-to motive* (tujuan). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara kepada masyarakat generasi Z sebanyak delapan informan. Hasil penelitian bahwa motif belanja *online* generasi Z di TikTok Shop bertindak konsumtif yaitu *because motive* dan *in-order-to motive*. *Because motive* (motif sebab) yaitu motif pengguna aktif, motif persuasif, motif penawaran, motif aksesibilitas, dan motif informatif. *In-order-to motive* (motif tujuan) yaitu motif ekonomis, motif kepuasan, dan motif keaktifan. Dari kedua motif tersebut maka generasi Z penelitian ini bertindak konsumtif dalam pembelanjaan yang impulsif.

**Kata Kunci:** fenomenologi, motif, tindakan konsumtif, tiktok shop, generasi Z