

ABSTRAK

Qatrunnada Safira Putri. 180103040256. Tingkat *Impulsive Buying* Belanja *Online* pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Pembimbing Imadduddin M.A, M.Kes, pada Program Studi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. 2024

Kata Kunci: *Impulsive Buying*; Belanja *Online*; Mahasiswa

Kebutuhan hidup manusia terus mengalami peningkatan seiring waktu. Semakin banyaknya masyarakat di bumi, maka semakin banyak pula kebutuhan baru yang terus-menerus muncul. Salah satu kegiatan yang paling banyak dilakukan dalam memenuhi kebutuhan tersebut ialah dengan berbelanja. Semakin hari, semakin banyak inovasi dalam berbelanja dengan mudah yaitu dengan belanja *online*. Dengan menggunakan jaringan internet, masyarakat sudah dapat mengakses dengan mudah melalui alat komunikasi seperti smartphone, tablet, dan laptop untuk membuka aplikasi belanja *online*.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat tingkatan *impulsive buying* pada mahasiswa UIN Antasari dan juga melihat tingkatan *impulsive buying* berdasarkan jenis kelamin dan fakultas. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa skala *likert* yang dianalisis melalui program komputer *Statistical Packages for Social Science (SPSS) Release 25.0 for window*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN angkatan 2022/2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan cara *non-probability* dengan jenis *purposive sampling*.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: 1) tingkat *impulsive buying* dengan kategori sedang adalah kategori yang paling dominan yaitu sebanyak 64%, kategori rendah sebanyak 15%, sedangkan kategori tinggi sebanyak 21%. 2) Hasil analisis rata-rata berdasarkan jenis kelamin, kategori laki-laki dengan total skor rata-rata 42,96 dan kategori perempuan dengan total skor rata-rata 47,03. 3) Hasil analisis berdasarkan fakultas diketahui responden dari Fakultas Syariah dengan rata-rata 48,09 dengan 46 orang, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan rata-rata 43,56 dengan 132 orang, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan rata-rata 47,70 dengan 40 orang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan rata-rata 48,24 dengan 38 orang, dan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora dengan rata-rata 45,98 dengan 41 orang.