

ABSTRAK

Rahmilati.NIM.200101060357. *Kecenderungan Perilaku Impulsive Buying pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam UIN Antasari Banjarmasin*, Pembimbing Haris Fadillah, S.Pd., M.Pd., pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin. 2025

Kata Kunci: Kecenderungan, *Impulsive Buying*, Mahasiswa Bimbingan Konseling dan Pendidikan Islam

Perilaku *impulsive buying* merupakan tindakan membeli barang secara spontan tanpa perencanaan, yang sering dipicu oleh dorongan emosional atau pengaruh eksternal seperti iklan dan media sosial. Remaja sering membeli barang tanpa berpikir panjang karena terpengaruh gaya hidup orang dewasa dan tekanan sosial di sekitar mereka. Hal ini dilakukan untuk meniru, menyesuaikan diri, atau mencari identitas. Kondisi ini dapat memengaruhi beberapa aspek kehidupan mahasiswa, seperti pengelolaan keuangan dan fokus akademik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan perilaku *impulsive buying* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya pada mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam UIN antasari Banjarmasin angkatan 2020-2021.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara kepada 10 mahasiswa sebagai informan utama. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa BKPI memiliki kecenderungan *impulsive buying* yang cukup tinggi. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi antara lain: emosi, kepribadian, usia, jenis kelamin, dan pendapatan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi: iklan, media sosial, lingkungan belanja, pengaruh sosial, dan ketersediaan barang.