

ABSTRAK

KECENDERUNGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA DITINJAU DARI PILIHAN TEMPAT BERBELANJA *ONLINE*

(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Lima Universitas Yogyakarta)

Carolina Las Febranti

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa di Lima Universitas Yogyakarta, dan untuk mengetahui apakah ada perbedaan kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa ditinjau dari pilihan tempat berbelanja *online* meliputi aplikasi *online shop* dan media sosial *online shop*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Universitas Muhamadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Universitas Sanata Dharma, dan Universitas Sarjana Wiyata Taman Siswa yang berjumlah 97.695 orang dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dan teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis untuk menguji hipotesis adalah *independent sample T-test*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa berdasarkan pilihan tempat berbelanja *online*.

Kata kunci: *impulsive buying*, pilihan tempat berbelanja *online*.

ABSTRACT

THE TENDENCY OF IMPULSIVE BUYING IN STUDENTS IS VIEWED FROM THE CHOICE OF ONLINE SHOPPING MEDIA

(Case Study of Students at the Five Universities in Yogyakarta)

Carolina Las Febrianti

University of Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

This study aims to find out how the tendency of impulsive buying in students at five universities in Yogyakarta, and to find out whether there is a difference in impulsive buying trends in students in terms of online shopping options include online shop application and online social media shop. The population in this study were all students at Gadjah Mada University, Muhamadiyah University of Yogyakarta, Sunan Kalijaga State Islamic University, Sanata Dharma University, and University of Taman Siswa Students Wiyata which amounted to 97.695 people with a sample of 100 respondents. Sampling technique using non-probability sampling technique and non-probability sampling technique used is purposive sampling. Data collection techniques with questionnaires. Instrument testing techniques use validity test and reliability test. Analysis technique to test hypothesis is independent sample T-test. The results in this study indicate that there is no difference in impulsive buying trends in students based on online shopping options.

Keywords: impulsive buying, online shopping options.