

ABSTRAK

**KECENDERUNGAN *IMPULSE BUYING* PADA MAHASISWA DITINJAU
DARI PILIHAN TEMPAT BERBELANJA *OFFLINE***

Studi Kasus pada Mahasiswa di Lima Universitas di Yogyakarta

Veronica Dewi Sarwinda

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kecenderungan *impulse buying* pada mahasiswa di lima Universitas di Yogyakarta, dan untuk mengetahui apakah ada perbedaan kecenderungan *impulse buying* pada mahasiswa ditinjau dari pilihan tempat berbelanja *offline* yang meliputi *minimarket* dan toko kelontong tradisional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Universitas Sanata Dharma, dan Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa yang berjumlah 97.695 orang, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan teknik penentuan sampelnya yaitu *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik pengujian instrumen menggunakan uji validitas dengan rumus Korelasi *Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *independent sample T-test*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kecenderungan *impulse buying* pada mahasiswa berdasarkan pilihan tempat berbelanja *offline*.

Kata kunci : *impulse buying*, pilihan tempat berbelanja *offline*.

ABSTRACT

**THE TENDENCY OF IMPULSE BUYING IN STUDENTS IS VIEWED
FROM THE CHOICE OF OFFLINE SHOPPING PLACES**

Case Study of Students at the Five Universities in Yogyakarta

Veronica Dewi Sarwinda

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2018

This study aims to determine how the tendency of impulse buying for students in five universities in Yogyakarta, and to find out whether there are differences in impulse buying tendency in students in terms of the choice of offline shopping places that include traditional minimarkets and grocery stores. The population in this study were all students at Gadjah Mada University, Muhammadiyah University of Yogyakarta, Sunan Kalijaga State Islamic University, Sanata Dharma University, and Sarjanawiyata Tamansiswa University, totalling 97.695 people, with a sample of 100 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling techniques and the nonprobability sampling technique used is accidental sampling. Data collection techniques with questionnaires. Instrument testing technique uses validity test with Product Moment Correlation formula and reliability test using Cronbach's Alpha formula. Data analysis techniques used to test hypotheses are independent sample T-test. The results of this study indicate that there is no difference in the tendency of impulse buying to students based on the choice of places to shop offline.

Keywords: impulse buying, offline shopping options