

## ABSTRAK

Finaningsih, F. 2023. Perbedaan Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) Pada Mahasiswa Yang Berbelanja Di Toko *Online* Dan Toko *Offline*. *Skripsi*, Yogyakarta: Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara pembelian impulsif pada mahasiswa strata-1 (S-1) berusia 18-25 tahun yang berbelanja di toko *online* dan toko *offline*. Penelitian ini dilakukan kepada 204 responden yang terdiri dari mahasiswa S1 yang berusia 18-25 tahun. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Penyebaran skala dilakukan secara daring dan luring dengan menggunakan kuesioner pada *Google Form*. Skala yang digunakan ialah Kecenderungan Pembelian Impulsif (IBT) yang disusun oleh Verplanken dan Herabadi (2001) dan diadaptasi oleh Sabati (2012), selanjutnya dimodifikasi oleh penulis menjadi Skala IBT toko *online* dan Skala IBT toko *offline*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain survei. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample T-Test* untuk mengetahui perbedaan antara *mean* empirik dan *mean* teoritik dari pembelian impulsif di toko *online* dan di toko *offline*. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji *Independent Sample T-Test*. Hasil uji analisis data menunjukkan bahwa kedua skala memiliki *mean* empirik lebih rendah dari *mean* teoritik, tetapi berada diantar nilai minimum dan maksimum yang artinya pembelian impulsif pada toko *online* dan *offline* terbilang sedang. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa yang berbelanja di toko *online* dan toko *offline* ( $0,174 > p = 0,05$ ).

**Kata kunci:** *Pembelian Impulsif, Mahasiswa, Toko Online, dan Toko Offline*

**ABSTRACT**

Finaningsih, F. 2023. Differences In Impulsive Buying In Students Shopping In Online And Offline Store. *Thesis*, Yogyakarta: Psychology, Psychology Faculty, Sanata Dharma University.

*This study was conducted to determine the difference between impulse buying in ungraduated students aged 18-25 years shopping at online stores and offline stores. This research was conducted on 204 respondents consisting of undergraduate students aged 18-25 years. Sampling was conducted using convenience sampling method. Scale distribution was carried out online and offline using a questionnaire on Google Form. The scale used is Impulsive Buying Tendency (IBT) developed by Verplanken and Herabadi (2001) and adapted by Sabati (2012), further modified by the author into an online store IBT Scale and an offline store IBT Scale. The method used in this research is quantitative with a survey design. Data analysis was carried out using descriptive tests to determine the difference between the empirical mean and the theoretical mean of impulse purchases in online stores and in offline stores. The hypothesis test used is the Independent Sample T-Test. The results of the data analysis test show that both scales have an empirical mean lower than the theoretical mean, but are between the minimum and maximum values, which means that impulse purchases in online and offline stores are moderate. The results of the hypothesis test show that there is no significant difference in impulse purchases in students shopping at online stores and offline stores ( $0.174 > p = 0.05$ ).*

**Keywords:** *Impulsive buying, College Students, Online Store, and Offline Store*