

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia pada tahun 2020 ini telah menimbulkan pembatasan sosial berskala besar yang memaksa masyarakat untuk melakukan aktifitasnya dari dalam rumah dan menimbulkan rasa takut untuk berpergian keluar rumah. Hal ini berdampak pada sektor jual-beli, dimana saat ini masyarakat melakukan kegiatan tersebut melalui dunia digital, termasuk melalui *e-commerce*. *E-commerce* telah menjadi pilihan banyak pedagang maupun konsumen karena transaksi yang dilakukan tergolong mudah dan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa terbatas ruang dan waktu yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat pada masa terjadinya pandemi Covid-19. Dengan adanya hal tersebut, masyarakat dinilai lebih konsumtif dan impulsif ketika melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *impulse buying* pada masyarakat terutama mahasiswa dan mahasiswi saat terjadi pandemic Covid-19.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang mahasiswa dan mahasiswi di Kota Semarang yang pernah melakukan pembelian pada Shopee selama masa pandemic Covid-19. Dengan metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan *purposive sampling* serta metode pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *impulse buying tendency*, *shopping enjoyment tendency*, *materialism*, *situational factors* dan *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *gender* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* yang dilakukan responden. Dimana tidak ada perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan terhadap perspektif *impulse buying*.

Kata Kunci : *Impulse Buying*, *Impulse Buying Tendency*, *Shopping Enjoyment Tendency*, *Materialism*, *Situational Factors*, *Sales Promotion*, Perilaku Konsumen

FEB UNDIP