

**KORELASI ANTARA INTENSITAS MENGAKSES *E-COMMERCE*
DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
DIPONEGORO ANGKATAN 2018 PENGGUNA AKTIF *E-COMMERCE***

Khauranina Hisaanah
15000118140195

Fakultas Psikologi
Universitas Diponegoro
Khauranina02@gmail.com

ABSTRAK

Penerapan PPKM oleh pemerintah membuat mahasiswa lebih banyak melakukan kegiatan secara *online* dari rumah. Hingga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti berbelanja, mahasiswa cenderung sering dalam menggunakan *e-commerce*. Intensitas mengakses *e-commerce* itu berdampak pada munculnya perilaku *impulsive buying*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis korelasi antara intensitas mengakses *e-commerce* dengan *impulsive buying* pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Angkatan 2018 yang merupakan pengguna *e-commerce*. Dalam hal ini, jumlah populasi mahasiswa Universitas Diponegoro angkatan 2018 sebesar 8.239 mahasiswa dengan jumlah sampel sebesar 285 mahasiswa. Untuk penentuan sampel peneliti menggunakan *Cluster Random Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan dua skala, yaitu skala intensitas mengakses *e-commerce* (42 aitem, koefisien reliabilitas = 0,932) dengan skala *impulsive buying* (35 aitem, koefisien reliabilitas = 0,903). Metode analisis yang digunakan yaitu *Spearman's Rho*, yang kemudian didapatkan nilai koefisien $r_{xy} = 0,262$ dan nilai signifikansi sebesar $p = 0,000$. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas mengakses *e-commerce* dengan *impulsive buying* pada mahasiswa Universitas Diponegoro Angkatan 2018, yang artinya jika semakin tinggi tingkat intensitas mengakses *e-commerce*, maka semakin tinggi pula tingkat *impulsive buying*. sebaliknya, semakin rendah tingkat intensitas mengakses *e-commerce*, maka semakin rendah pula tingkat *impulsive buying*.

Kata Kunci: *E-commerce, Impulsive Buying, Mahasiswa*