

ANALISIS PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* MELALUI MEDIA SOSIAL

PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG

SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi
Syariah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh :

DIAN ALVIOLIN
NIM. 2216010144

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
1447 H/2025**

SURAT PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul "ANALISIS PERILAKU IMPULSIVE BUYING MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG" yang disusun oleh **DIAN ALVIOLIN**, NIM 2216010144 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, pada **Jum'at**, tanggal **13 Februari 2026**, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S1) pada prodi Ekonomi Syariah.

Padang, 20 Februari 2026

Ketua

Tim Penguji

Sekretaris


Dr. Almizan, MA
NIP.198502152015031005

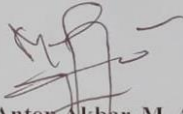

Alfi Syukria, M.Si
NIP.198612142020121005

Penguji I

Anggota

Penguji II


Aslan Deri Ichsandi, S.H., M.H
NIP.198011272009011007


Dr. Anton Akbar, M. Ag
NIP.197201122005011007

Pembimbing I

Pembimbing

Pembimbing II


Dr. Almizan, MA
NIP. 198502152015031005


Alfi Syukria, M.Si
NIP.198612142020121005

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang


Prof. Dr.H. Testru Hendra, M.Ag.
NIP.19760642003121001



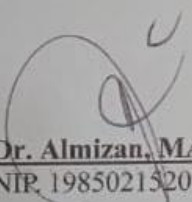
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “ANALISIS PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG” yang disusun oleh **Dian Alviolin**, NIM 2216010144 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diajukan ke Sidang Munaqasah. Demikian persetujuan pembimbing ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 18 Desember 2025

Pembimbing I


Dr. Almizan, MA
NIP. 198502132015031005

Pembimbing II


Alfi Syukria M. Si
NIP. 19861214202012005

PERNYATAAN KEORISINILAN

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**ANALISIS PERILAKU IMPULSIVE BUYING MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG**" adalah benar hasil karya saya, sudah diuji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau dipublikasi dari skripsi ataupun karya yang sudah dipublikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar kesarjanaan saya.

Padang, 20 Februari 2026

Menyatakan


DIAN ALYOLIN
NIM.2216010144

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Analisis Perilaku Impulsive Buying Melalui Media Sosial pada Mahasiswa di Kota Padang**” yang disusun oleh **Dian Alviolin, NIM 2216010144**, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku impulsive buying yang dilakukan mahasiswa melalui media sosial, mengidentifikasi tipe-tipe impulsive buying yang dialami, serta memahami bagaimana mahasiswa di Kota Padang menyikapi kebiasaan pembelian impulsif tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Informan dalam penelitian ini berjumlah 13 orang mahasiswa yang merupakan mahasiswa aktif dan berdomisili asli di Kota Padang. Pemilihan informan dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam terkait pengalaman dan perilaku pembelian impulsif mahasiswa dalam penggunaan media sosial. Perkembangan media sosial yang semakin pesat menjadikan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media promosi yang memiliki pengaruh besar terhadap pola konsumsi mahasiswa. Paparan konten promosi, tampilan visual produk yang menarik, ulasan dari pengguna lain, rekomendasi influencer, serta adanya penawaran seperti diskon dan flash sale sering kali mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam memicu perilaku impulsive buying pada mahasiswa di Kota Padang. Berdasarkan temuan penelitian, sekitar 90% informan cenderung mengalami tipe *planned impulse buying*, yaitu pembelian yang terjadi setelah mahasiswa terpapar konten media sosial dan penawaran diskon, meskipun sebelumnya tidak memiliki rencana pembelian yang rinci. Faktor emosi, daya tarik visual, serta promosi menjadi pendorong utama munculnya perilaku tersebut. Meskipun demikian, sebagian mahasiswa mulai menyadari dampak negatif impulsive buying terhadap kondisi keuangan mereka. Beberapa upaya yang dilakukan untuk mengendalikan perilaku tersebut antara lain dengan menunda pembelian, mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat produk, serta mengatur pengeluaran agar lebih sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan nilai-nilai ekonomi syariah.

Kata kunci: Impulsive Buying, Media Sosial, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian ini dengan judul “**Analisis Perilaku *Impulsive Buying* Melalui Media Sosial Pada Mahasiswa Di Kota Padang**”, Sholawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya menuju kebahagiaan di dunia dan akhirat. Berkat kemudahan dan izin dari Allah dan bantuan dari semua pihak akhirnya penulisan skripsi ini bisa diselesaikan.

Dengan penuh cinta, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, Ayahanda **Alfajri** dan Ibunda **Linda Wati**, atas kasih sayang, doa yang tiada henti, serta kesabaran dan ketulusan dalam membimbing dan mendidik penulis hingga dapat sampai pada tahap ini. Meskipun Papa dan Mama tidak memiliki kesempatan untuk duduk di bangku perguruan tinggi, namun dengan segala keterbatasan yang ada, keduanya telah memberikan dukungan yang luar biasa dan berjuang sepenuh hati demi mengantarkan penulis menempuh pendidikan hingga jenjang Strata Satu (S1). Skripsi ini hanyalah persembahan kecil sebagai ungkapan bakti dan rasa terima kasih yang mendalam kepada Papa dan Mama, meskipun penulis menyadari bahwa masih banyak hal yang belum mampu penulis lakukan untuk sepenuhnya membalas pengorbanan dan membuat Papa dan Mama bangga. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada adik tercinta, **Shinta** dan **Teddy**, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan motivasi yang luar biasa kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Melalui kata pengantar ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada berbagai pihak yang

telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Ibu **Prof. Dr. Hj. Martin Kustanti, M.Pd** beserta jajaran Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak **Prof. Dr.H. Testru Hendra, M.Ag.** beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Ibu **Andriani Syofyan, ME** dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Bapak **Romy Yunika Putra, M.Stat** yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi hingga selesai.
4. Bapak **Dr. Almizan, MA** selaku dosen pembimbing I dan Bapak **Alfi Syukria, M. Si** selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi hingga selesai.
5. Bapak **Aslan Deri Ichsandi, S.H., M.H** selaku dosen penguji I dan Bapak **Dr. Anton Akbar, M. Ag** selaku penguji II dan dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada teman-teman **Lovely Human** yang telah menemani perjalanan hidup penulis sejak masa Sekolah Menengah Atas hingga saat ini. Bersama mereka, penulis melalui berbagai suka dan duka, tawa dan air mata, termasuk perbedaan pendapat dan pertengkaran yang justru mempererat ikatan

kebersamaan. Tidak hanya itu, mereka juga setia menemani dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga setiap tahapan dapat dijalani dengan baik. Kehadiran, doa, dukungan, serta semangat yang terus diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

7. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada teman-teman terdekat penulis, yaitu **Zahwa** dan **Sherly** yang senantiasa hadir memberikan dukungan, bantuan, serta semangat tanpa henti dari awal masuk perkuliahan hingga di tahap penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesetiaan dalam menemani penulis dalam suka maupun duka, saling menguatkan di saat lelah, serta menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah.

8. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Belvana** dan **Ayu** yang telah menjadi teman seperbimbingan, teman sekelas, teman revisian, sekaligus tempat berbagi keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini. Kebersamaan, kesabaran, serta dukungan yang senantiasa diberikan membuat setiap tahapan dapat dilalui dengan lebih ringan. Kehadiran mereka menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari banyak ditemui kekurangan bahkan jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk

kepentingan penelitian dan ilmu pengetahuan dimasa yang mendatang sesuai dengan fungsinya.

Padang, 07 Februari 2026
Yang menyatakan



Dian Alviolin
2216010144

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	viii
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Teori Perilaku Konsumen	12
1. Definisi Teori Perilaku Konsumen.....	12
2. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Dan Keputusan Pembelian Konsumen.....	12
3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	13
B. Perilaku Pembelian Impulsif (<i>Impulsive buying</i>).....	14
1. Definisi Perilaku Pembelian impulsif.....	14
2. Aspek – Aspek Perilaku Pembelian Impulsif.....	15
3. Indikator Perilaku Pembelian Impulsif	16
4. Klasifikasi Perilaku Pembelian Impulsif.....	17
5. Kebiasaan Belanja Mahasiswa Melalui Media Sosial.....	19
6. Cara Mahasiswa Dalam Mengadapi Perilaku <i>Impulsive buying</i>	20
C. Media Sosial.....	22
1. Definisi Media Sosial	22
2. Karakteristik Media Sosial	23
3. Fungsi Media Sosial.....	24

4. Jenis Jenis Media Sosial.....	25
5. Indikator Media Sosial	26
D. Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Media Sosial.....	26
1. Defenisi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Media Sosial.....	26
2. Karateristik Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Media Sosial	27
3. Faktor yang Melatarbelakangi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Media Sosial	27
4. Proses Terjadinya Perilaku Konsumtif di Media Sosial.....	28
E. Penelitian Terdahulu.....	29
F. Kerangka Berpikir.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
B. Lokasi dan Subjek Penelitian.....	41
C. Sumber Data	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	44
F. Uji Keabsahan Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Hasil Penelitian.....	55
C. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Kota Padang Tahun 2024.....	50
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Wawancara Informan	55
Tabel 4. 3 Klasifikasi Tingkat Perilaku <i>Impulsive buying</i> Mahasiswa Di Kota Padang.....	64
Tabel 4. 4 Tipe-Tipe Perilaku <i>Impulsive buying</i> Oleh Mahasiswa Di Kota Padang.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sosial Media Yang paling Sering Digunakan untuk Berbelanja Online Pada Februari 2023	3
Gambar 1. 2 Jumlah Akun Tiktok Di Indonesia Berdasarkan Umur	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4. 1 Peta Kota Padang.....	48