

## Abstrak

Adanya *e-commerce* dan penambahan pembangunan *mall* memudahkan para konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk atau barang. Sepanjang pandemi covid-19 perilaku pembelian impulsif meningkat. Sebagai Universitas Islam Negeri, harapannya mahasiswa bisa menerapkan nilai-nilai ajaran agama dalam segala aspek kehidupan. Salah satunya dalam hal pengonsumsiannya suatu produk. Negara Indonesia adalah salah satu negara di Asia Tenggara yang didefinisikan dengan negara kolektivistis dengan kecenderungan memiliki *self construal interdependent* dan *impulsive buying* yang rendah. Meskipun mahasiswa FEBI UIN Bandung sudah menunjukkan *self construal interdependent*, namun fenomena *impulsive buying* di fakultas ini masih terjadi. Penelitian ini adalah penelitian komparatif yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan *impulsive buying* pada mahasiswa berdasarkan perbedaan tipe *self construal* dan jenis kelamin. Sampel yang digunakan sebanyak 304 mahasiswa berdasarkan tabel Isaac Micheal. Pengambilan data menggunakan alat ukur *Impulsive Buying Tendency (IBT)* dari Verplanken & Herabdi (2003) dan beberapa item dari Weaver et al (2011) serta *Self Construal Scale* dari Singelis (1994). Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya perbedaan *impulsive buying* berdasarkan tipe *self construal* dan adanya perbedaan *impulsive buying* berdasarkan jenis kelamin.

**Kata Kunci:** gender, *impulsive buying*, komparatif, *purposive sampling*, *self construal*

