

## ABSTRAK

### **SABRINA SYAHARANI (1188030173): FENOMENA *IMPULSE BUYING* PARA PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DI ERA POSTMODERN (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung)**

Penelitian ini didasarkan pada kenyataan bahwa adanya sebuah fenomena yang saat ini sedang marak terjadi dikalangan mahasiswa. Adanya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa dengan membeli barang secara tidak teratur atau dapat disebut sebagai *impulse buying*. Dimana *impulse buying* ini terjadi karena ingin adanya kepuasan semata yang meninggalkan kebutuhan sebagaimana mestinya.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui fenomena *impulse buying* yang terjadi pada mahasiswa sosiologi angkatan 2020, lalu untuk mengetahui dampak yang terjadi dengan adanya *impulse buying* dan untuk mengetahui upaya serta kendala yang dilakukan oleh mahasiswa Sosiologi khususnya angkatan 2020.

Teori yang digunakan adalah teori masyarakat konsumsi dan hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Jean Baudrillard menyatakan bahwa alasan mengapa masyarakat menjadi konsumtif dalam kesehariannya masyarakat senang memenuhi kepuasan dirinya atas dasar kesukaan bukan dasar kebutuhan. Dan alasan masyarakat menjadi hiperrealitas karena didukung dengan hasrat di dalam dirinya karena melihat kemewahan semata tanpa mempertimbangkan hal lain.

Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data primer didapatkan melalui wawancara dan observasi. Sumber data sekunder diperoleh dari mencari informasi melalui buku dan jurnal ilmiah.

Hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini adalah fenomena yang dewasa ini terjadi yaitu adanya perilaku konsumtif dalam pembelian barang khususnya pada aplikasi *e-commerce* yaitu Shopee menjadikannya suatu fenomena baru yang saat ini sedang terjadi pada kalangan mahasiswa. Shopee yang sangat memberi kemudahan pada penggunaanya lalu dimanfaatkan untuk perilaku yang salah dengan membeli barang tanpa memperhatikan kebutuhan dan prioritas. Dengan adanya *impulse buying* memberikan dampak bagi beberapa mahasiswa. Adapun berbagai upaya terus dilakukan dalam meminimalisir kegiatan tersebut.

**Kata Kunci:** *Impulse Buying, Mahasiswa, Shopee*