

## ABSTRAK

**Angel Veronica (1820210148). Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Pembelian Produk *Fashion* Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2020).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta mendeskripsikan mengenai dampak dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja *online* produk *fashion* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020.

Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah sebuah penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan untuk memperoleh data serta informasi secara langsung dengan mendatangi responden. Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan teknik wawancara secara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Analisis data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perilaku konsumtif pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 terhadap produk *fashion* pada *e-commerce* Shopee dapat dilihat dari intensitas pembelian. (2) Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja *online* produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 adalah: adanya fitur gratis ongkir, adanya promosi dan diskon, kemudahan yang ditawarkan, uang saku yang lebih, adanya keinginan mengikuti *trend*, dan pengaruh teman. Menurut pandangan pakar akademisi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut terbagi menjadi dua yaitu faktor internal seperti gaya hidup atau *lifestyle* dan eksternal seperti pertemanan dan kebudayaan.

**Kata Kunci:** perilaku konsumtif, *fashion*, *e-commerce*.