

ABSTRAK

Eka Safitri, Nim 2020210123, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Judul: **Perilaku Pembelian Impulsif Gen Z di Kabupaten Jepara: Peran Literasi Ekonomi, Motivasi Belanja Hedonis dan Religiusitas**. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Di era sekarang ini, berbelanja bukan sekedar cara untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari namun hal ini sudah menjadi gaya hidup. Kemudahan konsumen dalam melakukan transaksi telah menimbulkan fenomena yang cukup mencolok di masyarakat Gen Z. Fenomena ini terjadi ketika masyarakat melakukan pembelian yang tidak terencana atau disebut dengan pembelian impulsif. Penelitian ini mempunyai rumusan apakah terdapat hubungan antara literasi ekonomi, motivasi belanja hedonis dan religiusitas dengan tingkat pembelian impulsif pada generasi Z di Jepara dengan tujuan agar dapat mengetahui dan menganalisis apa pengaruh literasi ekonomi, motivasi belanja hedonis dan religiusitas terhadap pembelian impulsif (studi kasus pada Gen Z di Kabupaten Jepara).

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner (angket). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan responden pada penelitian ini yaitu 100 responden dari jumlah populasi Gen Z di Kabupaten Jepara dan diolah menggunakan program SPSS 26. Hasil dari penelitian ini adalah variabel literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai t-hitung lebih kecil dari t tabel ($1,586 < 1,985$) dengan tingkat signifikan ($0,116 > 0,05$). Variabel motivasi belanja hedonis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($13,629 > 1,985$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Sedangkan variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai t-hitung lebih kecil dari t tabel ($0,735 < 1,985$) dengan tingkat signifikan ($0,464 > 0,05$). Maka bisa disimpulkan bahwa variabel literasi ekonomi dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dan variabel motivasi belanja hedonis berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada Gen Z di Kabupaten Jepara.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi, Motivasi Belanja Hedonis, Religiusitas, Pembelian Impulsi