

ABSTRAK

Miftakhul Afifah, 1520320006, “Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian *Impulsif* Produk Fashion Mahasiswa IAIN Kudus”

Teknologi komunikasi sekarang ini semakin berkembang dengan adanya jaringan internet. Adanya media sosial memberikan kemudahan dalam berkomunikasi bagi setiap penggunanya. Media sosial adalah salah satu perangkat yang bisa menghubungkan satu orang dengan kelompok yang dimanfaatkan oleh para penggunanya sebagai media dalam berjual beli di jejaring sosial. Adanya kemudahan dalam berbelanja menyebabkan seseorang melakukan pembelian *impulsif* dengan adanya gaya hidup yang serba modern seperti sekarang ini. Bagi sebagian orang gaya hidup merupakan hal yang penting sebagai bentuk ekspresi diri. Mahasiswa adalah remaja yang cenderung bergaya hidup hedonis mereka lebih mementingkan keinginan tanpa memikirkan sebb akibatnya hal ini bisa menimbulkan perilaku pembelian *impulsif*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi dimana pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioners kepada 243 mahasiswa dengan menggunakan teknik *stratified cluster random sampling*. Hasil kuesionare tersebut diuji dengan menggunakan program SPSS versi 2.3

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (t) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk fashion mahasiswa IAIN Kudus dengan t hitung 6,295 lebih besar dari t tabel 1,970 dan nilai signifikansinya 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sedangkan gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif dengan t hitung 7,673 lebih besar dari t tabel 1,970 dan nilai signifikansinya 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa IAIN Kudus prodi Ekonomi syariah (ES), Menejemen Bisnis Syari’ah (MBS), Menejemen Zakat dan Wakaf semester 6 keatas angkatan 2015-2016.

Kata Kunci : Media Sosial, Gaya Hidup Hedonis, Pembelian *Impulsif* .