

**PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA GENERASI-Z MELALUI *SHOPEE*  
DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN SELAMA COVID-19  
PERSPEKTIF SOSIOLOGI EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Kediri)**

**SKRIPSI**

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)



OLEH:

**NURUL PEBRIANI**

**9.313.002.18**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA GENERASI-Z MELALUI *SHOPEE*  
DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN SELAMA COVID-19  
PERSPEKTIF SOSIOLOGI EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Kediri)**

**NURUL PEBRIANI**

**9.313.002.18**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I.



**Dr. Sulistyowati, SHI, MEI**  
**NIP. 198109302009012008**

Pembimbing II.



**Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI**  
**NIP. 199010202019031006**

## NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 31 Oktober 2022  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Di Jalan Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:


Nama : Nurul Pebriani  
NIM : 931300218  
Judul : Perilaku *Impulse Buying* Pada Generasi-Z Melalui *Shopee* Dalam Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19 Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Iain Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Stars Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



**Dr. Sulistyowati, SHI, M.E.I.**

NIP 19810930 200901 2 008

Pembimbing II



**Dr. Muhammad Wildan Fawa'id, MEI**

NIP 19901020 201903 1 006

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 31 Oktober 2022

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat)  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Di Jalan Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nurul Pebriani  
NIM : 931300218  
Judul : Perilaku *Impulse Buying* Pada Generasi-Z Melalui *Shopee*  
Dalam Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19 Perspektif  
Sosiologi Ekonomi Islam. (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Iain Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal **10 Januari 2023** kami berpendapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan bapak kami ucapkan terima kasih.

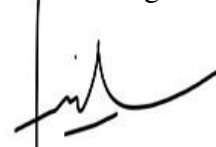
Wassalamualaikum. Wr. Wb

Pembimbing I.



**Dr. Sulistyowati, SHI, MEI**  
**NIP. 198109302009012008**

Pembimbing II.



**Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI**  
**NIP. 199010202019031006**

## HALAMAN PENGESAHAN

**PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA GENERASI-Z MELALUI *SHOPEE*  
DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN SELAMA COVID-19  
PERSPEKTIF SOSIOLOGI EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Kediri)**

**NURUL PEBRIANI**

**NIM. 9.313.002.18**

Telah diujikan didepan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 10 Januari 2023

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Ashfa Fikriyah, M.EI

NIP. 197504192000032002

2. Penguji I

Dr. Sulistyowati, SHI, MEI

NIP. 198109302009012008

3. Penguji II

Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI

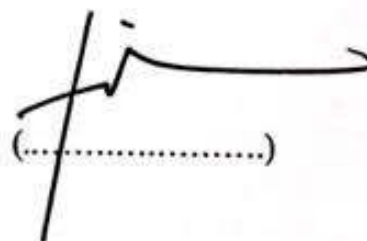
NIP. 19901020 2019031006



(.....)



(.....)



(.....)



Kediri, 10 Januari 2023

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri

Hamam Annas Muslih, MHI

NIP. 197501011998031002

## HALAMAN MOTTO

... وَكُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

(QS. Al - ‘A’raf [7] : 31)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, segenap cinta dan ketulusan hati, penulis mempersembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtuaku, Bapak Suhud dan Ibu Siti Romlah yang menjadi penyemangat terbesarku dalam segala hal dan kondisi, yang selalu mencurahkan kasih sayangnya dengan iringan doa yang terus dilantunkan untuk setiap langkahku, dan tiada hentinya memberikan motivasi dan dukungan. Terimakasih atas limpahan cinta dan kasih sayang yang kalian berikan untukku.
2. Kepada yang terhormat Dosen Pembimbing Ibu Dr. Sulistyowati, SHI, MEI dan Bapak Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI yang telah membimbing dan mengarahkan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Kakak beserta keluarga besar terimakasih atas doa, motivasi, dan dukungan yang telah diberikan. Doakan aku untuk selalu menjadi manusia yang bermanfaat bagi orang lain, mampu mengamalkan segala kewajiban dan menjalani apa yang telah menjadi hak dan kewajibanku.
4. Teruntuk sahabatku Riska Dinda, Bella Marda, & Best Partner "A" terimakasih telah setia mendengarkan keluh kesah dan selalu memberi semangat untukku.
5. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu terimakasih atas semua doa dan dukungan kalian yang sangat membangun dan mendobrak semangatku, semangat juga untuk kalian yang masih berproses!
6. Untuk Almamaterku tercinta IAIN Kediri terimakasih karena sudah memberi sarana untuk belajar dengan baik.

## ABSTRAK

NURUL PEBRIANI, 2023. Perilaku *Impulse Buying* Pada Generasi-Z Melalui *Shopee* Dalam Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19 Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Kediri). Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Dosen Pembimbing (1) Dr. Sulistyowati, SHI,M.EI (2) Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, M.EI.

**Kata Kunci:** *Impulse Buying*, Generasi-Z, *Shopee*, Sosiologi Ekonomi Islam

Covid-19 membuat generasi-z lebih banyak menghabiskan waktu didalam rumah sehingga merubah pola perilaku pembelian generasi-z yang awalnya berbelanja ditoko menjadi belanja secara *online*. Perkembangan dunia digital menghadirkan kemudahan dalam bertransaksi secara online. Salah satu gebrakan platform belanja *online* yang banyak diminati oleh generasi-z yaitu *Shopee*. *Shopee* banyak menawarkan berbagai kemudahan dan berbagai macam kemudahan yang dihadirkan tersebut dapat membuat generasi-z melakukan *impulse buying*. Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana perilaku *impulse buying* generasi-Z mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 melalui *Shopee* dalam memenuhi kebutuhan selama Covid-19?, (2) Bagaimana perilaku *impulse buying* generasi-Z mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 melalui *Shopee* dalam memenuhi kebutuhan selama covid-19 Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan ada dua macam yaitu dengan cara observasi dan wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan kepada 20 informan. Selanjutnya di analisis menggunakan pengecekan keabsahan data dengan keikutsertaan dan ketelitian pengamatan.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) perilaku *impulse buying* melalui *Shopee* yang dilakukan generasi-z atau mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 selama covid-19, disebabkan karena mahasiswa takut untuk keluar rumah sehingga lebih banyak menghabiskan waktu di dalam rumah, hal tersebut membuat generasi-z atau mahasiswa sering melakukan *impulse buying*. Perilaku *impulse buying* yang dilakukan oleh generasi-z atau mahasiswa didasari oleh keputusan spontan yang dilakukan tanpa sadar dan merupakan respon cepat setelah mendapat rangsangan dari sekitar mereka tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari barang yang mereka beli, generasi-z seringkali merasa menyesal ketika telah mendapatkan barang yang mereka beli. (2) Dengan adanya banyak kemudahan yang ditawarkan oleh *Shopee* dapat menyebabkan generasi-z melakukan *impulse buying* yang disebabkan karena memiliki banyak waktu luang dan tergiur dengan promosi yang diberikan oleh penjual di *Shopee*, promosi yang menarik perhatian generasi-z yaitu tampilan produk yang *eye catching*, diskon, gratis ongkos kirim dan melihat *review* atau penilaian produk yang ingin dibeli ternyata mengalahkan loyalitas nilai-nilai islam yang diyakini.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala Puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Perilaku *Impulse Buying* Pada Generasi-Z Melalui *Shopee* Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19 Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tersenandungkan diantara doa-doa para hambanya, semoga Allah melimpahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW sebagai rahmatan lil alamin yang telah membawa petunjuk kebenaran kepada seluruh umat manusia yaitu *Ad-Dinul* Islam.

Penulis menyadari bahwa selama masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, masukan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih sebesar-besarnya kepada:

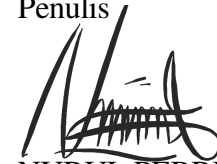
1. Dr. H. Nur Chamid, M.M., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. H. Imam Annas Muslihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, M,HUM., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Dr. Sulistyowati,SHI.,M.EI, selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Muhamad Wildan Fawa'id,M.EI, selaku Dosen Pembimbing II
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN kediri.
6. Kepada segenap keluarga besar yang selalu mendukung penulis. Terutama orang tua saya, Bapak Suhud dan Ibu Siti Romlah, terimakasih atas semua doa dan dukungan demi tercapainya kesuksesan penulis dalam melangkah menuju masa depan.
7. Sahabat dan teman yang selalu menjadi pendorong dan motivator, terkhusus untuk keluarga besar Ekonomi Syariah/2018, sahabat dan

seluruh teman yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu yang semuanya telah banyak memberikan dorongan, bantuan moril maupun materil demi kelancaran penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik, semoga kita semua sukses dalam menggapai cita-cita.

Untuk ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dimasa mendatang. Semoga segala bentuk bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dapat menjadi amal baik yang nantinya akan mendapatkan imbalan dari Allah Swt. Semoga hasil ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan, demi pengembangan ilmu pengetahuan.

Kediri, 10 Januari 2023

Penulis



NURUL PEBRIANI

NIM. 9.313.002.18

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN NOTA DINAS .....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	17
C. Tujuan Penelitian .....	18
D. Kegunaan Penelitian .....	18
E. Penelitian Terdahulu .....	19
BAB II LANDASAN TEORI .....	24
A. Keputusan Pembelian .....	24
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2. Hal-Hal Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
B. <i>Impulse Buying</i> .....	26
1. Pengertian <i>Impulse Buying</i> .....	26
2. Jenis <i>Impulse Buying</i> .....	28
3. Karakteristik <i>Impulse Buying</i> .....	29
4. Faktor-Faktor Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i> .....	30
C. Kebutuhan .....	31
1. Pengertian Kebutuhan .....	31
2. Konsep <i>Maslahah Dan Utilitas</i> .....	32

D. Sosiologi Ekonomi Islam .....	36
1. Pengertian Sosiologi .....	36
2. Pengertian Sosiologi Menurut Max Weber.....	36
3. Perspektif Sosiologi .....	39
4. Pengertian Sosiologi Ekonomi Islam .....	40
5. Konsep Tindakan Ekonomi Islam Dalam Sosiologi Ekonomi Islam .....	43
6. Logika Sosial Konsumsi Dalam Sosiologi Ekonomi Islam .....	45
7. Hubungan Ekonomi Dan Masyarakat Menurut Sosiologi Ekonomi Islam .....	50
BAB III METODE PENELITIAN .....	51
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	51
B. Kehadiran Peneliti .....	51
C. Lokasi Penelitian .....	53
D. Data Dan Sumber Data .....	54
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	55
F. Analisis Data .....	56
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	57
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	58
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....	59
A. Gambaran Objek Penelitian .....	59
1. Generasi-Z .....	59
2. Profil <i>Shopee</i> .....	59
3. Pandemi Covid-19.....	69
4. Sejarah Singkat Febi .....	71
5. Profil Objek Penelitian .....	77
B. Paparan Data .....	78
1. Perilaku <i>Impulse Buying</i> Generasi-Z Pada Aplikasi <i>Shopee</i> Dalam Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19. ....	78
2. Faktor-Faktor Penyebab Perubahan Perilaku <i>Impulse Buying</i> Generasi-Z Melalui <i>Shopee</i> Dalam Memenuhi Kebutuhan Saat Selama Covid-19 Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam. ....	84

C. Temuan Penelitian .....	90
BAB V PEMBAHASAN .....	92
A. Analisis Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Generasi-Z Melalui <i>Shopee</i> Dalam Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19 .....	92
B. Tinjauan Sosiologi Ekonomi Islam Tentang Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Generasi-Z Melalui <i>Shopee</i> Dalam Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19. ....	102
BAB VI PENUTUP .....	117
A. Kesimpulan .....	117
B. Saran .....	118
DAFTAR PUSTAKA .....	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	134

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Aktif Prodi Ekonomi Syariah .....	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Kediri .....	5
Tabel 1.3 Jenis Pemenuhan Kebutuhan .....	8
Tabel 1.4 Jenis <i>Impulse Buying</i> .....	11
Tabel 2.1 Perbedaan Keinginan dan Kebutuhan .....	35
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.....	76
Tabel 4.2 Profil Singkat Informan .....	77
Tabel 4.3 Data Pembelian Informan .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Shopee.....	59
Gambar 5.1 Faktor Yang Mempengaruhi Informan Melakukan <i>Impulse Buying</i> .....	96
Gambar 5.2 Klasifikasi Tipe Perilaku <i>Impulse Buying</i> Generasi-Z Melalui <i>Shopee</i> Dalam Memenuhi Kebutuhan Selama Covid-19.....	101

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara .....	123
Lampiran II Surat Izin Penelitian .....	125
Lampiran III Dokumentasi .....	126
Lampiran IV Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing I .....	130
Lampiran V Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing II .....	132
Lampiran VI Daftar Riwayat Hidup .....	134