

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui *Online Shop* pada Generasi Z di Kota Kediri” di tulis oleh Dyah Ayu Novianti NIM. 126402203183. Pembimbing: Dr. Suminto, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya budaya belanja *online* pada masyarakat, generasi z yang dianggap lebih dekat dengan perkembangan teknologi sehingga tidak asing dengan budaya belanja *online*, tingkat literasi keuangan, budaya lingkungan sosial dan juga tingkat pendapatan, dapat membuat masyarakat lebih potensial untuk melakukan pembelian secara impulsif.

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut : (1) Untuk menguji pengaruh antara Literasi Keuangan Terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z di kota Kediri. (2) Untuk menguji Pengaruh antara Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z di kota Kediri. (3) Untuk menguji Pengaruh antara Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z di Kota Kediri. (4) Untuk menguji Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial dan Tingkat Pendapatan apakah berpengaruh secara simultan Terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z di kota Kediri.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi yang digunakan adalah masyarakat generasi Z di kota Kediri, dengan teknik *purposive sampling*. Populasi penelitian berjumlah 79.167 orang. Perhitungan sampel menggunakan metode slovin dengan jumlah responden 100 responden. Data penelitian bersifat primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner secara *online*. Data di uji menggunakan *Eviews 9* dengan melalui beberapa tahapan yaitu : uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji f (simultan) dan uji koefisien determinan (*Adjusted R Square*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z. (2) Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z. (3) Tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z. (4) Literasi keuangan, Lingkungan sosial dan Tingkat pendapatan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku pembelian impulsif melalui *online shop* pada masyarakat generasi Z.

Kata kunci : Pembelian Impulsif, *online shop*, Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial, Tingkat Pendapatan.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Financial Literacy, Social Environment and Income Level on Impulsive Buying Behavior through Online Shops in Generation Z in Kediri City" was written by Dyah Ayu Novianti NIM. 126402203183. Supervisor: Dr. Suminto, M.Pd.I.

This research is motivated by the rise of online shopping culture in society, Generation Z is considered to be closer to technological developments so they are no stranger to online shopping culture, the level of financial literacy, cultural social environment and also income level, can make people more potential to make impulse purchases. .

This research aims as follows: (1) To examine the influence of Financial Literacy on impulsive buying behavior through online shops in generation Z people in the city of Kediri. (2) To examine the influence of the social environment on impulsive buying behavior through online shops in generation Z people in the city of Kediri. (3) To test the influence of income level on impulsive buying behavior through online shops in generation Z people in Kediri City. (4) To test Financial Literacy, Social Environment and Income Level simultaneously influence impulsive buying behavior through online shops in generation Z people in the city of Kediri.

The approach to this research uses quantitative with associative research types. The population used was generation Z people in the city of Kediri, using purposive sampling techniques. The research population was 79,167 people. The sample calculation used the Slovin method with a total of 100 respondents. The research data is primary, obtained from distributing questionnaires online. The data was tested using Eviews 9 through several stages, namely: validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, t test (partial), f test (simultaneous) and determinant coefficient test (Adjusted R Square).

The results of this research show that (1) Financial literacy has a positive and significant effect on impulsive buying behavior through online shops in generation Z society. (2) The social environment has a positive and significant effect on impulsive buying behavior through online shops in generation Z society. (3) Income level has a positive and significant effect on impulsive buying behavior through online shops in generation Z society. (4) Financial literacy, social environment and income level on students' investment interest in the capital market simultaneously have a positive and significant effect on impulsive buying behavior through online shops in Generation Z society. The practical implications of this research are that students' interest in investing in the capital market is driven by students' financial literacy.

Keywords: *Impulse Buying, online shop, Financial Literacy, Social Environment, Income Level.*