

ABSTRAK

Tesis ini berjudul “Analisis *Impulse Buying* Terhadap Tren *Fashion* Pada Generasi Z Pengguna E-commerce Prespektif *Maqasid al-Syari’ah* (Studi Kasus di Cukir Diwek Jombang)” ditulis oleh Zuhrotul Janah dengan dibimbing oleh Dr. Qomarul Huda, M.Ag dan Dr. Eko Siswanto, M.H.I.

Kata Kunci : *Impulse Buying*, Tren *Fashion*, Generasi Z, E-commerce, *Maqasid al-Syari’ah*.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena *impulse buying* atau pembelian impulsif yang kian meningkat di kalangan generasi Z, khususnya dalam konteks tren *fashion* pada pengguna e-commerce. Kemudahan akses terhadap berbagai platform digital telah mendorong perilaku konsumtif yang tidak direncanakan, di mana keputusan pembelian sering kali didasarkan pada dorongan emosional sesaat, bukan pada kebutuhan riil atau pertimbangan rasional. Pembelian impulsif merupakan kegiatan tersier yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup karena apabila kebutuhan tersier tidak dikelola secara proporsional, maka akan berpotensi mengganggu kebutuhan hajat bahkan dharuriyat. Tindakan konsumtif yang tidak terkendali juga dapat berdampak pada aspek *hifdz al-mal* (menjaga harta) *hifdz al-nafs* (menjaga jiwa) dan *hifdz al-aql* (menjaga akal). Tekanan sosial media dan budaya digital yang mempromosikan gaya hidup instan dan materialistik dapat mempengaruhi kesehatan mental dan nalar kritis generasi muda, menjauhkan mereka dari perilaku konsumsi yang berbasis kebutuhan dan nilai spiritual.

Fokus dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana praktik *impulse buying* terhadap tren *Fashion* generasi Z di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. (2) Bagaimana faktor penyebab *impulse buying* dalam perspektif *maqasid al-syariah* terhadap gen Z pengguna e-commerce di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Proses pengumpulan data menggunakan metode wawancara dokumentasi. Teknis analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data dan penyimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan perpanjangan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, mayoritas konsumen sering melakukan pembelian secara impulsif pada produk *fashion*. Keputusan pembelian yang dilakukan pada platform e-commerce dipengaruhi oleh diskon, iklan digital, gratis ongkir, serta dorongan emosional seperti stres dan keinginan sesaat. Kedua, dari perspektif *maqashid al-syariah* bahwa pembelian secara impulsif merupakan kegiatan tersier, namun jika tidak dikelola dengan baik, maka akan berdampak pada kegiatan hajat dan dharuriyat.

ABSTRACT

This thesis entitled “Analysis of Impulse Buying on Fashion Trends in Generation Z E-commerce Users from the Perspective of Maqasid al-Syari’ah (Case Study in Cukir Diwek Jombang)” was written by Zuhrotul Janah under the guidance of Dr. Qomarul Huda, M.Ag and Dr. Eko Siswanto, M.H.I.

Keywords: Impulse Buying, Fashion Trends, Generation Z, E-commerce, Maqasid al-Syari’ah

This research is motivated by the phenomenon of impulse buying or impulsive purchases which are increasing among Generation Z, especially in the context of fashion trends among e-commerce users. Easy access to various digital platforms has encouraged unplanned consumer behavior, where purchasing decisions are often based on momentary emotional impulses, rather than on real needs or rational considerations. Impulse buying is a tertiary activity that aims to improve the quality of life because if tertiary needs are not managed proportionally, it has the potential to disrupt the needs of haji'at and even dharuriyat. Uncontrolled consumer behavior can also have an impact on the aspects of hifdz al-mal (protecting wealth) hifdz al-nafs (protecting the soul) and hifdz al-aql (protecting reason). Social media pressure and digital culture that promote instant and materialistic lifestyles can affect the mental health and critical thinking of the younger generation, distancing them from consumption behavior based on needs and spiritual values.

The focus of this study is (1) How is the practice of impulse buying towards the Z generation fashion trend in Cukir Village, Diwek District, Jombang Regency. (2) What are the factors causing impulse buying in the perspective of maqasid al-syariah towards Gen Z e-commerce users in Cukir Village, Diwek District, Jombang Regency. This research method uses a qualitative approach using a descriptive research type. The data collection process uses the documentation interview method. Data analysis techniques use data condensation, data presentation and conclusions. Checking the validity of the data uses observation extension and triangulation.

The results of the study show that first, the majority of consumers often make impulsive purchases of fashion products. Purchasing decisions made on e-commerce platforms are influenced by discounts, digital advertising, free shipping, and emotional impulses such as stress and momentary desires. Second, from the perspective of maqashid al-syariah, impulsive purchases are tertiary activities, but if not managed properly, they will have an impact on haji'at and dharuriyat activities.

الملخص

هذه الأطروحة بعنوان "تحليل الشراء الاندفاعي لصيحات الموضة لدى مستخدمي التجارة الإلكترونية من جيل Z من منظور مقاصد الشريعة (دراسة حالة في جوكير ديويك جومبانج)" كتبها زهرة اللجنة تحت إشراف الدكتور قمرول هودا، M.Ag والدكتور إيكو سيسوانتو، M.H.I.

الكلمات المفتاحية: الشراء الاندفاعي، اتجاهات الموضة، الجيل Z، التجارة الإلكترونية، مقاصد الشريعة

هذا البحث مدفوع بظاهرة الشراء الاندفاعي أو المشتريات الاندفاعية التي تزايدت بين جيل Z، خاصة في سياق اتجاهات الموضة بين مستخدمي التجارة الإلكترونية. وقد شجع سهولة الوصول إلى مختلف المنصات الرقمية على سلوك استهلاكي غير مخطط له، حيث غالبًا ما تستند قرارات الشراء إلى دوافع عاطفية لحظية، وليس إلى احتياجات حقيقية أو اعتبارات عقلانية. الشراء الاندفاعي هو نشاط ثالثي يهدف إلى تحسين نوعية الحياة، لأنه إذا لم تتم إدارة الاحتياجات الثالثة بشكل متناسب، فإنه من المحتمل أن يعطل احتياجات الحاجيات وحتى الضروريات. يمكن أن يؤثر السلوك الاستهلاكي غير المنضبط أيضًا على جوانب حفظ المال وحفظ النفس وحفظ العقل. يمكن أن تؤثر ضغوط وسائل التواصل الاجتماعي والثقافة الرقمية التي تروج لأنماط حياة فورية ومادية على الصحة العقلية والتفكير النقدي للجيل الأصغر سنًا، مما يعدهم عن السلوك الاستهلاكي القائم على الاحتياجات والقيم الروحية.

تركز هذه الدراسة على (١) كيفية ممارسة الشراء الاندفاعي تجاه اتجاه الموضة لدى جيل Z في قرية كوكير، منطقة ديويك، مقاطعة جومبانج. (٢) ما هي العوامل التي تسبب الشراء الاندفاعي من منظور مقاصد الشريعة تجاه مستخدمي التجارة الإلكترونية من جيل Z في قرية كوكير، منطقة ديويك، مقاطعة جومبانج. تستخدم طريقة البحث هذه نوعًا نوعيًا باستخدام نوع البحث الوصفي. تستخدم عملية جمع البيانات طريقة المقابلة التوثيقية. تستخدم تقنيات تحليل البيانات تكثيف البيانات وعرض البيانات والاستنتاجات. يتم التحقق من صحة البيانات باستخدام التمديد الملاحظي والتثليث.

تظهر نتائج الدراسة أنه أولاً، غالبية المستهلكين غالباً ما يقومون بشراء منتجات الموضة بشكل اندفاعي. تتأثر قرارات الشراء التي يتم اتخاذها على منصات التجارة الإلكترونية بالخصومات والإعلانات الرقمية والشحن المجاني والدوافع العاطفية مثل التوتر والرغبات اللحظية. ثانياً، من منظور مقاصد الشريعة، تعتبر عمليات الشراء الاندفاعية أنشطة ثالثة، ولكن إذا لم يتم إدارتها بشكل صحيح، فسوف يكون لها تأثير على أنشطة الحاجات والضرورات.