

ABSTRAK

Shopping lifestyle merupakan perilaku seseorang atau individu dalam menggunakan dan menghabiskan waktu serta uang yang mereka miliki untuk berbelanja. Pada dasarnya perilaku gaya hidup (*lifestyle*) tercermin dari AIO (*Activity, Interest, Opinion*) yang digunakan untuk mengukur gaya hidup berbelanja (*Shopping Lifestyle*). Perilaku gaya hidup berbelanja (*Shopping lifestyle*) seseorang terkadang terjadi karena banyaknya waktu luang yang dimiliki khususnya anak muda, hal tersebut berdampak pada kecenderungan melakukan pembelian secara *impulsive*. *Impulsive Buying* merupakan bentuk tindakan konsumen dalam melakukan pembelian secara mendadak dan tidak terencana tanpa pertimbangan. *Impulsive buying* dapat dipengaruhi oleh beberapa indikator yaitu pembelian secara spontan, pembelian dilakukan secara terburu-buru, pembelian dipengaruhi emosi dan pembelian dilakukan tanpa memikirkan akibat. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional kuantitatif dengan menggunakan angket kuesioner yang bersisi pernyataan pada *google form*. Dalam mencari jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dan jumlah sampel yang didapatkan adalah 97 responden. Teknik pengolahan data menggunakan *SPSS 27* dan *Microsoft Excel*. Hasil yang diperoleh dari pengolahan data nilai variabel *shopping lifestyle* mampu mempengaruhi variabel *impulsive buying* sebesar 30,6%, serta memiliki perhitungan nilai *t* hitung 6,471 lebih besar dari *t* tabel 1,985, maka hal ini dapat disimpulkan bahwa perilaku *shopping lifestyle* berpengaruh pada *impulsive buying*.

Kata Kunci : *Shopping Lifestyle, Impulsive Buying, Perilaku*