

ABSTRAK

Selviana Putri Irwanda, 1228030178, 2026, *IMPULSIVE BUYING* PADA KONSUMEN PASAR KAGET DI MANUNGGAL BRIGIF KOTA CIMAHI

Fenomena *impulsive buying* menjadi salah satu bentuk perilaku konsumsi yang semakin banyak ditemukan pada aktivitas jual beli di pasar kaget, termasuk di pasar kaget di Manunggal Brigif Kota Cimahi. Suasana pasar yang ramai, keberagaman produk, promosi harga, serta interaksi sosial antara pedagang dan konsumen mendorong terjadinya pembelian spontan yang tidak direncanakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses terjadinya *impulsive buying* pada konsumen dan bentuk perilaku *impulsive buying* konsumen. Penelitian ini juga untuk mengetahui karakteristik pasar kaget yang memicu *impulsive buying* pada konsumen dan perubahan perilaku konsumen setelah melakukan *impulsive buying*.

Kerangka berpikir penelitian ini menggunakan teori konsumerisme Jean Baudrillard yang memandang konsumsi sebagai sistem tanda (*sign value*). Teori ini digunakan untuk menelaah sejauh mana perilaku konsumsi konsumen didasarkan pada nilai guna (*use value*) semata, ataupun telah bergeser turut dipengaruhi oleh makna simbolik, gaya hidup, dan interaksi sosial dalam ruang pasar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informan penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling* yang meliputi konsumen, pedagang, dan pengelola pasar. Data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen pasar kaget di Manunggal Brigif Kota Cimahi perilakunya berubah dengan adanya *impulsive buying* ketika konsumen melakukan kegiatan pembelian di pasar kaget tersebut. Konsumen melakukan pembelian secara tiba-tiba ketika berada di pasar kaget Manunggal Brigif sehingga perilaku konsumen tersebut tidak menyadari yang sebenarnya dibutuhkan. Tingkat konsumsi konsumen di pasar kaget Manunggal Brigif di picu oleh konsumen lain yang juga berada di pasar kaget. *Impulsive buying* tersebut menjadikan konsumen terjebak pada pengeluaran yang tidak sesuai dengan anggaran yang dimiliki dan tidak sesuai dengan kebutuhan saat berbelanja di pasar kaget Manunggal Brigif.

Kata Kunci: *Impulsive Buying*, Pasar Kaget, Perilaku Konsumsi