

## Abstrak

*Impulsive buying* merupakan suatu perilaku yang muncul dalam aktivitas belanja yang dapat terjadi secara cepat dan mendadak berkaitan dengan pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan spontan tanpa perencanaan sebelumnya serta tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang setelahnya. Aktivitas belanja umumnya dipandang cukup dekat berkaitan dengan gaya hidup setiap individu. Penelitian ini dirancang dengan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku *impulsive buying*. Santriwati pengguna e-commerce di Ponpes Insan Pratama 2 Kab.Tangerang yang menjadi target populasi berjumlah 126 orang, sedangkan populasi dalam penelitian ini sebanyak 95 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* yakni metode *stratified random sampling*. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi *linear* sederhana. Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang terjadi secara signifikan dari gaya hidup terhadap perilaku *impulsive buying*. Adapun proporsi besaran pengaruh yang ditemukan sebesar 23%.

**Kata Kunci :** *Gaya Hidup, Impulsive Buying, Pengaruh..*