

## ABSTRAK

Kebutuhan manusia seiring waktu semakin bertambah dan tidak terkontrol, dimana pemenuhan kebutuhan tersebut tidak sesuai dengan realita. Mereka memiliki kecenderungan material, keinginan untuk memiliki barang terlepas dari kebutuhan untuk menggunakannya, hal ini merupakan perilaku konsumtif yang saat ini sedang terjadi. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seorang berperilaku kelewatan dalam membeli sesuatu ataupun membeli barang secara tidak terencana. Perilaku konsumtif tidak hanya melanda ibu rumah tangga saja tetapi juga mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah mencari tahu seberapa besar pengaruh *brand image*, *discount online shop* terhadap *consumptive behavior* pada mahasiswa prodi manajemen ITB Widya Gama Lumajang. Metode di dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode di dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisisioner dan menggunakan teknik *sampling* roscoe. Hasil dari penelitian ini sebagai berikut: 1) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap *consumptive behavior*. 2) *Discount online shop* berpengaruh terhadap *consumptive behavior*. 3) Hasil uji koefisien determinasi pada nilai *R square* ( $R^2$ ) 0,188 atau 18,8%. Berarti *brand image*, *discount online shop* dan *consumptive behavior* sebesar 18,8%, dan sisanya 81,2% mempunyai nilai estimasi *error*.

**Kata Kunci :** *Brand Image, Discount Online Shop, Consumptive Behavior.*



## **ABSTRACT**

*Human needs over time are increasing and uncontrollable, where the fulfillment of these needs is not in accordance with reality. They have a material tendency, the desire to own goods regardless of the need to use them, this is a consumptive behavior that is currently happening. Consumptive behavior is the tendency of a person to behave too late in buying something or buying goods unplanned. Consumptive behavior not only affects housewives but also students. The purpose of this study was to find out how much influence brand image, online shop discount on consumptive behavior in ITB management study students Widya Gama Lumajang. The method in this study uses quantitative methods. The method in this study uses quantitative methods. Collecting data using questionnaires and using Roscoe sampling technique. The results of this study are as follows: 1) Brand Image has no effect on consumptive behavior. 2) Online shop discount has an effect on consumptive behavior. 3) The results of the coefficient of determination test the value of R square ( $R^2$ ) 0.188 or 18.8%. It means that the brand image, online shop discount and consumptive behavior are 18.8%, and the remaining 81.2% have an estimated error value*

**Keywords: Brand Image, Discount Online Shop, Consumptive Behavior**

