

ABSTRAK

Pembelian impulsif adalah pembelian di luar rencana yang dilakukan secara spontanitas. Mahasiswa FEBI angkatan 2019 yang masih terjebak dalam pembelian secara spontanitas atau pembelian di luar rencana. Hal tersebut akan berdampak terhadap keuangan yang tidak terencana pula. Diduga stimulus promosi, rendahnya literasi keuangan, dan kepuasan terhadap suatu barang menjadi pemicu pembelian impulsif. Perilaku pembelian diluar rencana ini juga dipermudah oleh akses layanan *mobile banking* terintegrasi dengan *e-commerce* menciptakan suatu kemudahan dalam transaksi, turut menjadi pemicu pembelian impulsif. Serta, pembelian dengan QRIS yaitu *feature* yang ada dalam *mobile banking* menambah kemudahan dalam bertransaksi.

Studi lapangan atau penelitian eksplorasi di lapangan merupakan Jenis penelitian yang digunakan peneliti. Populasi penelitian merupakan mahasiswa FEBI angkatan 2019 UIN Raden Fatah Palembang. Prosedur pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin*. Penelitian ini melibatkan 87 mahasiswa FEBI angkatan 2019 UIN Raden Fatah Palembang. data primer dan data sekunder digunakan dalam bentuk data penelitian ini. Analisis terdiri dari *convergent validity*, *discriminant validity*, *average variance extracted*, *crobanch's alpha*, *composite reability*, *R-square*, *Q-square*, dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan temuan analisis, variabel literasi keuangan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif dengan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah. Sedangkan variabel utilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah.

Kata kunci : Literasi Keuangan, Promosi, Utilitas, dan Pembelian Impulsif