

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN
FASHION INVOLVEMENT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF
(Studi Pada *Store Dhy Hijab* Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:

Tutik Amanatun Nafisah

Dosen Pembimbing:

Nuri Purwanto, S.ST,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap keputusan pembelian impulsif pada *store Dhy hijab*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni metode riset yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dipakai dalam meneliti populasi sampel tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah berbelanja di *Dhy hijab* yang tidak diketahui jumlahnya. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 96 orang yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS versi 21 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *shopping lifestyle* mampu meningkatkan keputusan pembelian impulsif konsumen *Dhy hijab*, (2) *fashion involvement* mampu meningkatkan keputusan pembelian impulsif konsumen *Dhy hijab*.

Kata kunci : *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Keputusan Pembelian Impulsif*

***THE EFFECT OF SHOPPING LIFESTYLE AND FASHION
INVOLVEMENT ON IMPULSIVE BUYING DECISION
(Study at the Dhy Hijab Jombang Store)***

ABSTRACT

By:

Tutik Amanatun Nafisah

Mentor:

Nuri Purwanto, S.ST, M.M

This study aims to determine the effect of shopping lifestyle and fashion involvement on impulsive buying decisions at the Dhy Hijab store. This research uses a quantitative approach, namely a research method based on the philosophy of positivism, which is used in examining certain sample populations. The population in this study were all unknown consumers who had shopped at Dhy Hijab. While the sample in this study were 96 people who were taken using accidental sampling technique. The data collection technique used a questionnaire. Methods of data analysis in this study using multiple linear regression analysis with SPSS version 21 for windows. The results showed that: (1) shopping lifestyle was able to increase the impulsive buying decisions of Dhy hijab consumers, (2) fashion involvement was able to increase the impulsive buying decisions of Dhy hijab consumers.

Keywords : shopping lifestyle, fashion involvement, impulsif buying decision