

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *FASHION INVOLVEMENT*
TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus Pembelian Hijab Di Butik Rabbani Jombang)**

ABSTRAK

**Oleh :
Shintia Fitri Febriani**

**Dosen Pembimbing:
Nuri Purwanto, SST.,MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* (studi kasus pembelian hijab di butik Rabbani Jombang). Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional, yakni penelitian yang bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih dan seberapa besar korelasi atau hubungan yang ada pada variabel-variabel yang diteliti.

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 membeli hijab di butik Rabbani Jombang yang tidak diketahui jumlahnya. Sedangkan Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS *statistic 20*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci : *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Impulse Buying*