

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *FASHION INVOLVEMENT*
TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR*
(Studi Kasus Mahasiswa di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Melengkapi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh :

EZA TURRAHMAH

NPM: 2010061201227

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *FASHION INVOLVEMENT*
TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR*
(Studi Kasus Mahasiswa di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci)**

EZA TURRAHMAH

Pembimbing: EDIA SATRIA, S.E., M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: 1. Untuk mengetahui pengaruh *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying Behavior* pada mahasiswa di Kota Sungai Penuh secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. 2. Untuk mengetahui pengaruh *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* pada mahasiswa di Kota Sungai Penuh secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. 3. Untuk mengetahui pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* pada mahasiswa di Kota Sungai Penuh secara simultan dan berapa besar pengaruhnya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil Penelitian yaitu; 1. *Shopping Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying Behavior* pada mahasiswa di Kota Sungai Penuh yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel dan besar pengaruhnya hanya 0,82%. 2. *Fashion Involvement* berpengaruh terhadap *Impulse Buying Behavior* pada mahasiswa di Kota Sungai Penuh yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel dan besar pengaruhnya adalah 6,34%. 3. Secara simultan, *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* berpengaruh terhadap *Impulse Buying Behavior* pada mahasiswa di Kota Sungai Penuh dan besar pengaruhnya adalah 7,2%.

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

**THE INFLUENCE OF SHOPPING LIFESTYLE AND FASHION
INVOLVEMENT AGAINST IMPULSE BUYING BEHAVIOR**

(Case Study of Students in Sungai Penuh City and Kerinci Regency)

EZA TURRAHMAH

Advisor : **EDIA SATRIA, S.E.,M.M**

Management Study Program

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims: 1. To determine the effect of Shopping Lifestyle on Impulse Buying Behavior in students in Sungai Penuh City partially and how much influence it has. 2. To find out the effect of Fashion Involvement on Impulse Buying Behavior in students in Sungai Penuh City partially and how much influence it has. 3. To find out the effect of Shopping Lifestyle and Fashion investment on Impulse Buying Behavior in students in Sungai Penuh City simultaneously and how much influence it has. The research methodology used is with qualitative descriptive and quantitative descriptive approaches. The results of the study are; 1. Shopping Lifestyle has no effect on Impulse Buying Behavior in students in Sungai Penuh City as evidenced by the calculated value smaller than the ttable value and the magnitude of the effect is only 0.82%. 2. Fashion Involvement affects Impulse Buying Behavior in students in Sungai Penuh City as evidenced by the calculated value greater than the ttable value and the magnitude of the influence is 6.34%. 3. Simultaneously, Shopping Lifestyle and Fashion Involvement affect Impulse Buying Behavior in students in Sungai Penuh City and the magnitude of the influence is 7.2%.

Keywords: Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Impulse Buying.