

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji keterlibatan fashion, gaya hidup hedonis dan diskon terhadap pembelian impulsif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada Masyarakat di Malang yang sering berkunjung ke Mall-mall di Malang. Mall-mall tersebut diantaranya adalah Malang Town Square, Mall Olympic Garden, Transmart, Mall Dinoyo, dan banyak lagi. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 96 responden yang sudah dihitung melalui rumus populasi sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sempel menurut Arikonto. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keterlibatan fashion tidak terlalu berpengaruh terhadap adanya pembelian impulsif, untuk gaya hidup hedonis terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif, dan begitu juga dengan diskon terbukti bahwa berpengaruh besar daripada variabel lainnya terhadap pembelian impulsif. Hasil pengujian ini juga menunjukkan secara simultan pengaruh keterlibatan fashion, gaya hidup hedonis dan diskon terhadap pembelian impulsif sangat berpengaruh dan positif.

Kata kunci: keterlibatan fashion, gaya hidup hedonis, dan diskon, pembelian impulsif.

ABSTRAK

This research is meant to examine the influence of involvement fashion, hedonic lifestyle and discounts on impulsive purchases. The population is the people in Malang who often visit the malls in Malang. The malls include Malang Town Square, Olympic Garden Mall, Transmart, Dinoyo Mall, and many more. This study took a sample of 96 respondents who were calculated through the sample population formula. The sampling technique used the technique according to Arikonto. The data analysis technique used in this study is the validity and reliability test, classic assumption test and multiple linear regression. The test results show that the involvement of fashion is not too influential on the existence of impulsive purchases, for a hedonic lifestyle proven to have a significant and positive effect on impulsive purchases, and so with proven discounts that have a greater effect than other variables on impulsive purchases. The results of this test also show simultaneously the influence of fashion involvement, hedonic lifestyle and discounts on impulsive purchases are very influential and positive.

Keywords: fashion involvement, hedonic lifestyle, and discounts, impulsive purchases.