

ABSTRAK

ANALISIS PERBEDAAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* SECARA IMPULSIF BERDASARKAN JENIS KELAMIN DAN UANG SAKU

Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

A. Viesta Manta Ningtyas
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
2005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan pembelian produk *fashion* secara impulsif berdasarkan jenis kelamin dan uang saku, serta apakah terdapat interaksi yang signifikan antara uang saku dengan jenis kelamin mahasiswa yang melakukan pembelian produk *fashion* secara impulsif. Studi kasus dilakukan terhadap mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden dengan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah ANOVA (*Analysis of Variance*).

Selanjutnya dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam pembelian produk *fashion* secara impulsif berdasar jenis kelamin, ada perbedaan yang signifikan dalam pembelian produk *fashion* secara impulsif berdasar uang saku dan tidak ada interaksi yang signifikan antara uang saku dengan jenis kelamin mahasiswa yang melakukan pembelian produk *fashion* secara impulsif.

ABSTRACT

**ANALYSIS ON THE DIFFERENCE OF STUDENTS IMPULSIVE BUYING
OF FASHION PRODUCTS BASED ON
GENDER AND POCKET MONEY DIFFERENCES**
A Case Study on Students of Management Programme,
Faculty of Economics at Sanata Dharma University, Yogyakarta

A. Viesta Manta Ningtyas
Management Programme Faculty of Economics
Yogyakarta
2005

The objective of this research was to know whether there was a significant difference in impulsive buying of fashion products based on gender and pocket money, and whether there was a significant interaction between pocket money and gender of the students. This case study was conducted on female and male students of Management Programme, Faculty of Economics at Sanata Dharma University Yogyakarta.

The researcher distributed questionnaires to 120 respondents that were selected using Purposive Sampling method. Analysis of Variance (ANOVA) was used to analyze whether there were significant differences on the impulsive buying behavior.

Results showed that: there was insignificant difference in impulsive buying of fashion products based on gender; there was a significant difference in impulsive buying of fashion products based on pocket money and there was insignificant interaction between pocket money and gender who bought fashion products impulsively.