

ABSTRAK

**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, KETERLIBATAN
DALAM FESYEN DAN SIKAP TERHADAP DISKON PADA
PEMBELIAN IMPULS DI MATAHARI *DEPARTMENT STORE***

Juliana Mardika Surya Dewani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh gaya hidup berbelanja pada pembelian impuls, 2) pengaruh keterlibatan dalam fesyen pada pembelian impuls, 3) pengaruh sikap terhadap diskon pada pembelian impuls, 4) perbedaan gaya hidup berbelanja, keterlibatan dalam fesyen, sikap terhadap diskon dan pembelian impuls dilihat dari jenis kelamin pada konsumen Matahari *Department Store*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di Matahari *Department Store*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 174 responden melalui *Google Form*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji *t* dan *independent sample t test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) gaya hidup berbelanja berpengaruh positif pada pembelian impuls, 2) keterlibatan dalam fesyen berpengaruh positif pada pembelian impuls, 3) sikap terhadap diskon berpengaruh positif pada pembelian impuls, 4) tidak ada perbedaan gaya hidup berbelanja, keterlibatan dalam fesyen, sikap terhadap diskon dan pembelian impuls dilihat dari jenis kelamin pada konsumen Matahari *Department Store*.

Kata kunci: gaya hidup berbelanja, keterlibatan dalam fesyen, sikap terhadap diskon, pembelian impuls.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT AND ATTITUDE TOWARD DISCOUNT ON IMPULSE BUYING IN MATAHARI DEPARTMENT STORE

Juliana Mardika Surya Dewani
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2019

This study aims to determine: 1) the influence of shopping lifestyle on impulse buying, 2) the influence of fashion involvement on impulse buying, 3) the influence of attitudes toward discount on impulse buying, 4) differences in shopping lifestyle, fashion involvement, attitudes toward discounts and impulse buying based on the gender of Matahari Department Store consumers. The population in this study were all consumers who had shopped at Matahari Department Store. The sampling technique employed was purposive sampling. Data were obtained by distributing questionnaires to 174 respondents via Google Form. Data analysis techniques in this study were t-test and independent sample t test. The results showed that: 1) shopping lifestyle positively influenced impulse buying, 2) fashion involvement positively influenced impulse buying, 3) attitudes toward discounts positively influenced impulse buying, 4) there is no difference in shopping lifestyle, fashion involvement, attitudes toward discounts and impulse buying based on the gender of consumers at Matahari Department Store.

Keywords: shopping lifestyle, fashion involvement, attitude toward discount, impulse buying.