

**ABSTRAK****PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA DAN KETERLIBATAN  
FASHION TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION  
(Studi Pada Konsumen Toko Sakola Yogyakarta)**

Flapiana Noveni  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) Gaya hidup berbelanja berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion*, 2) Keterlibatan *fashion* berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion*. Populasi di penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Sakola atau masyarakat yang menjadi pelanggan toko Sakola Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda menggunakan program IBM SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berbelanja berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion* dan keterlibatan *fashion* tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion*.

Kata kunci: Gaya Hidup Berbelanja, Keterlibatan *Fashion*, Pembelian Impulsif Produk *Fashion*

**ABSTRACT**

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

**(Study of Yogyakarta Sakola Store Consumers)**

Flapiana Noveni  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2020

This study aims to determine whether: 1) shopping lifestyle influences the impulse buying behavior of *fashion* products, 2) *fashion* involvement influences the impulse buying behavior of *fashion* products. The population in this study were all consumers of Sakola stores or people who were customers of Yogyakarta Sakola stores. The sampling technique used non-probability sampling methods and data collection technique was distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique in this research is multiple linear regression using the IBM SPSS 26 program. The results of this study indicate that shopping lifestyle influenced the impulse buying behavior of *fashion* products and *fashion* involvement did not influence the impulse buying behavior of *fashion* products.

Keywords: Shopping Lifestyle, *Fashion* Involvement, Impulse Buying Behavior of *Fashion* Products