

# HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP *BRAND MINDED* DENGAN KECENDERUNGAN PEMBELIAN IMPUSLIF PRODUK *FASHION* PADA REMAJA

*Pradnya Dirga Paramita Taviono*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara gaya hidup brand minded dan kecenderungan pembelian impulsif produk fashion pada remaja. Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup *brand minded* dengan kecenderungan pembelian impulsif produk fashion pada remaja. Semakin tinggi gaya hidup *brand minded* pada remaja, maka semakin tinggi pula kecenderungan para remaja tersebut untuk melakukan pembelian yang impulsif terhadap produk-produk *fashion*, dan sebaliknya. Penelitian ini menggunakan subjek sejumlah 120 orang (60 perempuan dan 60 laki-laki). Instrumen penelitian ini menggunakan 2 skala, yaitu Skala Gaya Hidup *Brand Minded* yang terdiri dari 23 item ( $\alpha = 0,915$ , rentang  $r_{ix} = 0,346 - 0,727$ ), dan Skala Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk *Fashion* yang terdiri dari 22 item ( $\alpha = 0,919$ , rentang  $r_{ix} = 0,309 - 0,772$ ). Hasil analisis menggunakan *Spearman's Rho*, karena data yang diperoleh tidak berdistribusi secara normal. Hasil Uji *Spearman's Rho* menunjukkan bahwa ada korelasi positif dan signifikan antara gaya hidup *brand minded* dengan kecenderungan pembelian impulsif produk *fashion* ( $r = 0,669$ ,  $p = 0,000$ ).

Kata kunci: gaya hidup *brand minded*, kecenderungan pembelian impulsif produk *fashion*, remaja.

# THE RELATION BETWEEN BRAND MINDED LIFESTYLE AND THE IMPULSIVE BUYING TENDENCY OF FASHION PRODUCTS IN ADOLESCENTS

*Pradnya Dirga Paramita Taviono*

## ABSTRACT

This study aimed to examine the relationship between the brand minded lifestyle and the impulsive buying tendency of fashion products in adolescents. The hypothesis in this study was there is a positive and significant correlation between brand minded lifestyle with the impulsive buying tendency of fashion products in adolescents. More higher brand minded lifestyle, the impulsive buying tendency of fashion products in adolescents will be more higher too, and vice versa. The research participants were 120 subjects (60 girls and 60 boys). The research instrument applied two scales, namely Brand Minded Lifestyle scale consist of 23 items ( $\alpha = 0.915$ , range of  $r_{ix} = 0,346 - 0,727$ ) and The Impulsive Buying Tendency of Fashion Products scale consist of 22 items ( $\alpha = 0.919$ , range of  $r_{ix} = 0,309 - 0,772$ ). This research used Spearman's Rho for the correlate analysis, because data from this study have an un-normal distribution. The results of the analysis of the Spearman's Rho, showed that there was a positive and significant correlation between lifestyle brand minded and impulsive buying of fashion products ( $r = 0.669$ ,  $p = 0.000$ ).

Key words: the brand minded lifestyle, impulsive buying of fashion products, adolescents.