

**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, *FASHION INVOLVEMENT*
DAN KECENDERUNGAN KONSUMSI HEDONIK TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN SPONTAN MASYARAKAT CONDONG
CATUR, SLEMAN**

(Survei pada Pelanggan Ambarukmo Plaza dan Hartono Mall Yogyakarta)

RIZVA RIVANI

141130309

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

(rizvarivani63@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup berbelanja terhadap perilaku pembelian spontan, *fashion involvement* terhadap perilaku pembelian spontan, kecenderungan konsumsi hedonik terhadap perilaku pembelian spontan dan gaya hidup berbelanja, *fashion involvement*, kecenderungan konsumsi hedonik terhadap perilaku pembelian spontan. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat condong catur sleman yang pernah berbelanja di Ambarukmo Plaza dan Hartono Mall. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 120 orang. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sementara metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Gaya hidup berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian spontan pada masyarakat di Condong Catur, Sleman, (2) *Fashion involvement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian spontan pada masyarakat di Condong Catur, Sleman, (3) Kecenderungan konsumsi hedonik berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap perilaku pembelian spontan pada masyarakat di Condong Catur, Sleman, dan (4) Gaya hidup berbelanja, *fashion involvement*, dan kecenderungan konsumsi hedonik berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian spontan pada masyarakat di Condong Catur, Sleman.

Kata kunci : Gaya Hidup Berbelanja, *Fashion involvement*, Kecenderungan Konsumsi Hedonik, Perilaku Pembelian Spontan.