

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*, DAN
HEDONIS MOTIVATES TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR*
PADA KONSUMEN KHASANAH MUSLIM AL-FATH DI
YOGYAKARTA**

AMALIA PUSPITA

NIM.141160060

Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Yogyakarta

(amaliapuspita74@yahoo.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh *shopping lifestyle*, *fashion involvement* dan *hedonis motivates* terhadap *impulse buying behavior* pada konsumen khasanah muslim al-fath di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* melalui *google form*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen khasanah muslim al-fath. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 120 sampel dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data kuesioner diuji dengan menggunakan SPSS versi 23. Metode statistik untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *hedonis motivates* secara bersama-sama dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior*.

Kata Kunci : *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, *Hedonis Motivates* dan *Impulse Buying Behavior*