

ABSTRAK

Dhea Khoerun Nisa. NIM. 3402190632. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying* (Suatu Studi Pada Konsumen Toserba Laksana Baru Majenang)”. Dibawah Bimbingan Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M. (Pembimbing 1) dan Hj. Iyus Yustini, S.Pd., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying* (Suatu Studi Pada Konsumen Toserba Laksana Baru Majenang). 1].Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : Bagaimana pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* di Toserba Laksana Baru Majenang ?; 2].Bagaimana pengaruh *fashion involvement* terhadap *impulse buying* di Toserba Laksana Baru Majenang ?; 3].Bagaimana pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* di Toserba Laksana Baru Majenang ?. adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* di Toserba Laksana Baru Majenang; 2]. Pengaruh *fashion involvement* terhadap *impulse buying* di Toserba Laksana Baru Majenang; 3]. Pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* di Toserba Laksana Baru Majenang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Detreminasi, Uji t (uji parsial), Analisis Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Uji Signifikan Simultan Uji (F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Toserba Laksana Baru Majenang. Dengan besar pengaruhnya 54,76% dan sisanya 45,24% dipengaruhi faktor lain.

Diharapkan Toserba Laksana Baru Majenang dapat meningkatkan *impulse buying* Dengan cara lebih berhati-hati dalam memajang sebuah produk agar konsumen lebih tertarik sehingga akan meningkatkan terjadinya pembelian secara impulsif di Toserba Laksana Baru.

Kata Kunci : *shopping lifestyle, fashion involvement, impulse buying*