

ABSTRAK

Indra Irfan Ardiansyah. 3402170323. Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Positive Emotion* terhadap *Impluse Buying* (Studi pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis. Di bawah bimbingan Ibu Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, SE. M.M. (Pembimbing II).

Keputusan pembelian impulsif atau *impulse buying* merupakan tindakan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya, yang ditimbulkan karena adanya dorongan emosi yang kuat terhadap keinginan pada suatu produk. Salah satu aspek yang erat kaitannya dengan *impulse buying* adalah *shopping Lifestyle*. Selain itu *positive emotion* juga erat kaitannya dengan perilaku *impulse buying*, karena masyarakat yang mempunyai gaya hidup berbelanja tinggi untuk memenuhi kebutuhan *fashion* akan membentuk *positive emotion* apabila kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Namun demikian berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan pada Toserba Pajajaran Ciamis diketahui bahwa keputusan pembelian implusif belum sepenuhnya optimal, hal ini karena belum sepenuhnya konsumen mengetahui mengenai perkembangan produk *fashion* yang dipasarkan di Toserba Pajajaran yang mengikuti perkembangan *fashion* yang ada di Indonesia sehingga konsumen kurang mengetahui mengenai keunggulan-keunggulan produk *fashion* yang dipasarkan oleh pihak perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh data yang diperoleh dari laporan penjualan Toserba Pajajaran Ciamis selama periode bulan September sampai dengan Bulan Desember 2021 yang cenderung berfluktuasi bahkan cenderung menurun. Permasalahan tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya *shopping lifestyle* dan *positive emotion*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impluse buying* pada konsumen Toserba Pajajaran Ciamis?; Bagaimana pengaruh *positive emotion* terhadap *impluse buying* pada konsumen Toserba Pajajaran Ciamis?; Bagaimana pengaruh *shopping lifestyle* dan *positive emotion* terhadap *impluse buying* pada konsumen Toserba Pajajaran Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: Pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impluse buying* pada konsumen Toserba Pajajaran Ciamis; Pengaruh *positive emotion* terhadap *impluse buying* pada konsumen Toserba Pajajaran Ciamis; Pengaruh *shopping lifestyle* dan *positive emotion* terhadap *impluse buying* pada konsumen Toserba Pajajaran Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen yaitu sebanyak 1.222 orang, sampel yang dipilih adalah sebanyak 93 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada Toserba Pajajaran Ciamis; Terdapat pengaruh positif dan signifikan *positive emotion* terhadap *impulse buying* pada Toserba Pajajaran Ciamis; Terdapat pengaruh positif dan signifikan *shopping lifestyle* dan *positive emotion* terhadap *impulse buying* pada Toserba Pajajaran Ciamis. Artinya semakin baik *shopping lifestyle* dan *positive emotion* maka *impulse buying* konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: *Shopping Lifestyle, Positive Emotion* dan *Impluse Buying*