

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPULSE BUYING* PADA PELANGGAN CORDY BUTIK BANDAR LAMPUNG

Oleh :
Siti Maesaroh

Pembelian impulsif atau pembelian tidak terencana merupakan bentuk lain dari pola pembelian konsumen. Pembelian terjadi ketika melihat pakaian yang dipajang di etalase toko yang menarik sehingga memicu pelanggan untuk membeli pakaian yang diinginkan meskipun harus mengeluarkan uang lebih demi mendapatkan pakaian yang diinginkan. *Unplanned buying* berkaitan dengan pembelian yang dilakukan tanpa adanya perencanaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *shopping life style* (X1), *discount* (X2) dan *fashion involvement* (X3) terhadap *impulse buying* (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah pelanggan Cordy Butik Bandar Lampung yang terdiri dari 100 responden. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan penggunaan hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel *shopping life style* dan *fashion involvement* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*, sedangkan variabel *discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata kunci : *Impulse Buying, Shopping Life Style, Discount dan Fashion Involvement*

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING CUSTOMER IMPULSE BUYING ON CORDY BUTIK BANDAR LAMPUNG

**By
Siti Maesaroh**

The impulse buying (unplanned buying) is one of the forms of the consumer buying patterns. The buying occurs when the clothes are displayed in attractive storefronts that trigger the customers to buy the clothes even though they have to spend their money. The objective of this research was finding out the effect of the shopping life style (X1), the discount (X2), and the fashion involvement (X3) on the impulse buying (Y). The type of this research was the quantitative research. The method of this research was the associative method. The sampling technique used in this research was the purposive sampling. A number of samples used in this research were 100 respondents. The data analysis technique used in this research was the multiple linear regression. The hypothesis tests used in this research were the t test and F test. The result of this research showed that the shopping lifestyle and the fashion involvement had a significant effect on the impulse buying; however, the discount had not significant effect on the impulse buying.

Keywords : Impulse Buying, Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement