

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS, KETERLIBATAN MODE DAN LINGKUNGAN DI DALAM TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Pada Konsumen Toko *COLORBOX* Di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung)

Oleh

N. DEANY SISSAR JUNITA AK

Setiap pelaku bisnis toko mode menawarkan berbagai produk mode yang sesuai dengan gaya hidup konsumen agar mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup hedonis, keterlibatan mode dan lingkungan di dalam toko terhadap pembelian impulsif konsumen toko *COLORBOX* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan data dengan teknik *nonprobability sampling*, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen toko *COLORBOX* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dinilai dengan skala *Likert* yang masing - masing sudah di uji coba menggunakan SPSS dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel pengaruh gaya hidup hedonis, keterlibatan mode dan lingkungan di dalam tokomemiliki pengaruh yang meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian impulsif toko *COLORBOX* di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. Variabel keterlibatan mode merupakan variabel yang berkontribusi tinggi atau paling dominan, variabel gaya hidup hedonis merupakan variabel yang berkontribusi sedang dan variabel lingkungan di dalam toko merupakan variabel yang berkontribusi rendah.

Kata kunci : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Keterlibatan Mode, Pengaruh di Dalam Toko, Pembelian Impulsif

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF HEDONIC LIFE STYLE, FASHION INVOLVEMENT AND IN STORE ENVIRONMENT ON IMPULSE BUYING (Study On COLORBOX Store Consumer In Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung)

By

N. DEANY SISSAR JUNITA AK

Every fashion business store offers a variety of fashion products that fit the lifestyle of consumers to be able to attract consumers to make impulse buying. This study aims to examine the influence of hedonic lifestyles, fashion involvement, and in store environment on impulse buying of COLORBOX store customers in Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. The type of research used in this study is the type of explanative research. Method of taking data with nonprobability sampling technique, by using purposive sampling method. The population in this study are all consumers of COLORBOX stores in Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. The sample of this study amounted to 100 people. The data collection instrument used questionnaires assessed on a Likert scale each of which has been tested using SPSS and has qualified for validity and reliability. Data analysis was done by using multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis indicate that hedonic lifestyle influence variable, fashion involvement and in store environment in the store have an influence which increase consumer to make impulse buying of COLORBOX store at Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. Variable fashion involvement is a variable that has a high contribution or the most dominant, hedonic lifestyle variables are moderate contributing variables and the in store environment variables are low contributing variables.

Key word : *Hedonic Life Style, Fashion Involvement, In Store Environment, Impulse Buying*