ABSTRAK

Penelitian yang berjudul "**Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behaviour* pada Pelanggan Toko Rabbani Pucang Surabaya"** ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* secara simultan maupun parsial terhadap *impulse buying behaviour* pada pelanggan toko Rabbani Pucang Surabaya

Data dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden yaitu pelanggan toko Rabbani Pucang Surabaya. Variabel dalam penelitian ini yaitu: variabel bebas meliputi *shopping lifestyle* dan *fashion involvement*. Sedangkan untuk variabel terikatnya adalah *impulse buying behaviour*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil regresi dilakukan setelah model tidak mengalami gejala-gejala asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik yaitu uji F (simultan), koefesien determinasi, dan uji t (parsial).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying behavior* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,295. Sedangkan secara parsial *shopping lifestyle* menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,027 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,253. Dan untuk *fashion involvement* secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,417.

Dari hasil kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran bagi pihak Rabbani Pucang Surabaya: Pertama, hendaknya lebih sering membuat tawaran iklan atau promosi lainnya di dalam toko atau web untuk menarik perhatian pelanggan sehingga timbul perilaku *impulse buying*. Kedua, hendaknya menjaga kualitas terbaik produk *fashion* sehingga tidak akan membuat kecewa pelanggan khususnya pelanggan setia (*loyal customer*). Ketiga, Sebaiknya lebih memperhatikan beragam model produk fashionnya dan terus mengikuti perkembangan mode *fashion* terbaru agar produknya mampu menarik perhatian para pelanggan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id