ABSTRACT

Along with the rapid advancement of technology and the increasingly of modern era, people nowadays wants a place where they could recreation and play in one area without fear of rain or heat. Mall has been chosen by them because at there, they can find entertainment and recreation with their family. This study aimed to know the influence of shopping lifestyle and fashion involvement toward the impulse buying behavior in visitors of Paris Van Java Mall, Bandung.

The analysis technique used multiple linear regression and the sample of 200 respondents taken by Maranatha Christian University's student who have been come to Paris Van Java Mall. Processing data using software SPSS version 17.

The results showed influence between shopping lifestyle and fashion involvement toward impulse buying behavior, with a value sig of 0.000 ≤ 0.05 for lifestyle shopping and impulse buying behavior and 0.001 ≤ 0.05 for fashion involvement and impulse buying behavior. Analysis of the coefficient of determination indicates that the lifestyle and fashion shopping involvement has simultaneous influence on impulse buying behavior of 19% and 81% influenced by other factors that are not observed in this study, such as service quality, pre-decision stage and post-decision stage.

Keywords: shopping lifestyle, fashion involvement, impulse buying behavior, mall, woman.

ABSTRAK

Seiring dengan majunya teknologi dan jaman yang semakin modern, orang-orang menginginkan tempat dimana mereka bisa berekreasi dan bermain dalam satu area tanpa takut terkena hujan atau panas. *Mall* menjadi pilihan karena di *mall* mereka dapat menemukan hiburan dan berekreasi bersama keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying behavior* pada pengunjung *mall* Paris Van Java Bandung.

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan sampel yang diambil adalah mahasiswi Universitas Kristen Maranatha yang pernah berkunjung ke *mall* Paris Van Java sebanyak 200 responden. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 17.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying behavior* pengunjung *mall* Paris Van Java, dengan nilai sig sebesar 0,000 ≤ 0,05 untuk *shopping lifestyle* dan *impulse buying behavior* dan 0,001 ≤ 0,05 untuk *fashion involvement* terhadap *impulse buying behavior*. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* memiliki pengaruh simultan terhadap *impulse buying behavior* sebesar 19% dan 81% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, *pre-decision stage* dan *post-decision stage*.

Kata kunci: *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, *impulse buying behavior*, *mall*, wanita.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRACT viii
ABSTRAK ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah 6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 6
1.4. Kegunaan Penelitian 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS
2.1. Kajian Pustaka 8
2.1.1. *Shopping Lifestyle* 8
2.1.2. *Fashion Involvement* 11
2.1.3. *Impulse Buying* 13
2.2. Rerangka Teoritis 17
2.3. Rerangka Pemikiran 21
2.4. Penelitian Terdahulu 22
2.5. Pengembangan Hipotesis 26
2.6. Model Penelitian 27

BAB III MODEL PENELITIAN
3.1. Jenis Penelitian 28
3.2. Populasi dan Sampel 28
3.3. Teknik Pengambilan Sampel 29
3.4. Definisi Operasional Variabel 30

3.5. Metode Pengumpulan Data 34
3.6. Metode Analisis Data 34
3.6.1. Uji Validitas 34
3.6.2. Uji Reliabilitas 35
3.6.3. Analisis Regresi 36

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN
4.1. Analisis Deskriptif Data Penelitian 38
4.1.1. Karakteristik Responden 38
4.1.2. Variabel *Shopping Lifestyle* (X_1) 40
4.1.3. Variabel *Fashion Involvement* (X_2) 47
4.1.4. Variabel *Impulse Buying Behavior* (Y) 55
4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas 61
4.2.1. Uji Validitas 61
4.2.2. Uji Reliabilitas 63
4.2.2.1. Uji Reliabilitas Variabel *Shopping Lifestyle* (X_1) 64
4.2.2.2. Uji Reliabilitas Variabel *Fashion Involvement* (X_2) 65
4.2.2.3. Uji Reliabilitas Variabel *Impulse Buying Behavior* (Y) 66
4.3. Uji Regresi Linear Berganda 67
4.4. Analisis Koefisien Determinasi 68
4.5. Uji Hipotesis 69

BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan 72
5.2. Saran 72
5.2.1. Saran untuk Perusahaan 73
5.2.2. Saran Penelitian yang Akan Datang 74

DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN A KUESIONER 78
LAMPIRAN B DATA MENTAH KUESIONER 82
LAMPIRAN C LAPORAN OUTPUT SPSS 89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURRICULUM VITAE*) 131

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1 Rerangka Teoritis 17
Gambar 2 Rerangka Pemikiran 21
Gambar 3 Hipotesis Penelitian 27

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I Penelitian Terdahulu 22
Tabel II Definisi Operasional Variabel 31
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 38
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan 39
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan 40
Tabel VI Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Shopping Lifestyle* 1 41
Tabel VII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Shopping Lifestyle* 2 42
Tabel VIII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Shopping Lifestyle* 3 43
Tabel IX Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Shopping Lifestyle* 4 44
Tabel X Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Shopping Lifestyle* 5 45
Tabel XI Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Shopping Lifestyle* 6 46
Tabel XII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 1 47
Tabel XIII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 2 48
Tabel XIV Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 3 49
Tabel XV Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 4 50
Tabel XVI Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 5 51
Tabel XVII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 6 52
Tabel XVIII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 7 53
Tabel XIX Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Fashion Involvement* 8 54
Tabel XX Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Impulse Buying Behavior* 1 55
Tabel XXI Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Impulse Buying Behavior* 2 56
Tabel XXII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Impulse Buying Behavior* 3 57
Tabel XXIII Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Impulse Buying Behavior* 4 58
Tabel XXIV Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Impulse Buying Behavior* 5 59
Tabel XXV Persepsi Responden Tentang Pernyataan *Impulse Buying Behavior* 6 60
Tabel XXVI Hasil Uji Validitas 61
Tabel XXVII Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Shopping Lifestyle* (X_1) 64
Tabel XXVIII Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Fashion Involvement* (X_2) 65
Tabel XXIX Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Impulse Buying Behavior* (Y) 66
Tabel XXX Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi 67
Tabel XXXI Analisis Koefisien Determinasi 68
Tabel XXXII Pengujian Hipotesis 69

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran A	Kuesioner	78
Lampiran B	Data Mentah Kuesioner	82
Lampiran C	Laporan *Output* SPSS	89