

ABSTRAK

Pengaruh *Hedonic Shopping Value* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pada Matahari *Departement Store* Basko *Grandmall* Kota Padang

Oleh: Monalisa

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Pengaruh *Hedonic Shopping Value* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pada Matahari *Departement Store* Basko *Grandmall* Kota Padang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah Matahari *Departement Store* Basko *Grandmall* Kota Padang yang pernah melakukan proses belanja yang tidak direncanakan (*Impulse buying*). Sedangkan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan metode *accidental sampling*. Sehingga sampel yang dihasilkan sebesar 100 orang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang terpilih. Penelitian ini memiliki dua kategori variabel. Pertama adalah variabel *independent* yaitu *hedonic shopping value* dan *shopping lifestyle*. Kedua variabel *dependent* yaitu *impulse buying*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif melalui analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Hedonic Shopping Value* dan *Shopping Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pelanggan Matahari *Departement Store* Basko *Grandmall* Kota Padang.