

ABSTRAK

Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* Produk *Fashion* Pada Pelanggan Ramayana Plaza Andalas Padang.

Oleh, Feby Yulia Darmi, 2018

Pembimbing I. Abror SE, ME, PhD, II. Arief Maulana, SE, MM

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) *Hedonic shopping Motivation* terhadap *Impulse buying* pada pelanggan ramayana plaza andalas padang, (2) Pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada pelanggan Ramayana plaza andalas padang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Ramayana plaza andalas padang. Sedangkan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel 150 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat yang terpilih. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan induktif melalui analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *hedonic shopping motivation* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada Ramayana plaza andalas padang. (2) *shopping lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada Ramayana plaza andalas padang

Kata Kunci: *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Impulse Buying*