

# **Dampak Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior**

Penulis

**Wan Suryani  
Erry Margery  
Fitriani Tobing  
Ropita Tumanggor**

Diterbitkan oleh:

**Universitas Medan Area Press**

# **Dampak Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior**

Penulis

**Wan Suryani  
Erry Margery  
Fitriani Tobing  
Ropita Tumanggor**

Editor

Ikbar Pratama, SE.,M.Sc  
Yuan Anisa, S.Si.,M.Si  
Annisa Zuhaira. S.Kom

ISBN

**978-602-1577-79-0**

Diterbitkan oleh:

**Universitas Medan Area Press**

**Address: Jalan Kolam Nomor 1, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei  
Tuan, Deliserdang, Sumatera Utara**

**Telephone:061-7366878, e-mail: [umapress014@gmail.com](mailto:umapress014@gmail.com)**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I FENOMENA FASHION INVOLVEMENT .....	1
BAB II DEFINISI FASHION INVOLVEMENT .....	5
BAB III FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FASHION INVOLVEMENT.....	9
BAB IV INDIKATOR FASHION INVOLVEMENT .....	11
BAB V IMPULSE BUYING BEHAVIOR STUDI KASUS MASYARAKAT HIGH INCOME MEDAN.....	13
DAFTAR PUSTAKA .....	43

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dalam penyusunan buku monograf ini.

Di era digital ini, perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini sangat cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat. Seperti halnya dalam berpenampilan yang mendorong seseorang pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih banyak karena bukan lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah kepada pemenuhan keinginan. Remaja sering dijadikan target berbagai produk industri karena karakteristik mereka yang lebih mudah dipengaruhi. Masa remaja merupakan masa dimana seseorang sedang beranjak dewasa dan memiliki sifat yang masih sangat labil dan sangat mudah terpengaruh dengan hal-hal yang sedang terjadi disekitarnya. *Trend* dan mode juga memengaruhi remaja untuk mengikuti kemajuan *fashion* saat ini.

Buku monograf yang berjudul Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior ini diharapkan dapat mengembangkan khazanah ilmu Manajemen Pemasaran, dimana saat ini banyak sekali perubahan perubahan terkait perilaku konsumen. Selain itu buku monograf ini bisa menjadi bahan acuan para pemasar dalam membangun, memelihara dan memper-tahankan hubungan pelanggan jangka panjang dalam meningkatkan loyalitas.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak atas kerja samanya mulai dari awal sampai selesainya buku ini. Dan penulis menyadari bahwa penulisan buku Monograf ini masih jauh dari sempurna sehingga segala masukan dan kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Medan, 21 Juni 2022

Penulis

Wan Suryani