

SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR

Penulis :

Wan Suryani
Errie Margery

Diterbitkan oleh:
Universitas Medan Area Press

SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR

Penulis

Wan Suryani
Errie Margery

Editor

Yuan Anisa, S.Si., M.Si
Annisa Zuhaira. S.Kom

ISBN

**Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
Atau seluruh isi buku ini tanpa seizing tertulis dari Penerbit**

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

AFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
BAB I	
FENOMENA SHOPPING LIFE STYLE.....	1
BAB II	
DEFINISI SHOPPING LIFESTYLE	21
BAB III	
HUBUNGAN SHOPPING LIFE STYLE DENGAN IMPULSE BUYING	57
BAB IV	
INDIKATOR SHOPPING LIFE STYLE.....	88
BAB V	
IMPULSE BUYING BEHAVIOR STUDI KASUS MASYARAKAT HIGH INCOME MEDAN	91
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 5.1 DATA PENJUALAN 2016 s.d 2018	103
TABEL 5.2 TABULASI PENGHASILAN RESPONDEN	106
TABEL 5.3 TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL SHOPPING LIFE STYLE	107
TABEL 5.4 ESTIMASI UJI VALIDITAS	114
TABEL 5.5 HASIL UJI RELIABILITAS	116

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 Shopping Lifestyle 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.

ABSTRAK

Buku monograf yang berjudul *Shopping Lifestyle Dan 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 mempertahankan hubungan pelanggan jangka panjang dalam meningkatkan loyalitas.

Di era saat 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.

Hasil pembahasan tentang pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income di Fashion House 10 Tasbih 1 Medan. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif positif dan signifikan antara Shopping Lifestyle terhadap impulse buying pada Fashion House 10 Boutique Tasbih 1 Medan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Fashion Involvement terhadap Impulse Buying pada fashion house 10 tasbih 1 medan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara shopping lifestyle dan fashion involvement secara bersama-sama terhadap impulse buying di fashion house 10 tasbih 1 Medan.