

**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION
INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING
PADA KONSUMEN GALERY RJ BENGKULU**



SKRIPSI

Oleh:

**SISKA YELIZA
NPM. 2161201074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION
INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA
KONSUMEN GALERY RJ BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Prasyarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Oleh:

**SISKA YELIZA
NPM. 2161201074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN GALERY RJ BENGKULU



SKRIPSI

Diajukan Oleh :

SISKA YELIZA
NPM. 2161201074

Disetujui Oleh
Pembimbing

Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M
NIDN.0217079101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Furqonti Ranidiah, S.E., M.M
NIDN.0208047301

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN GALERY RJ BENGKULU

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Kamis

Tanggal : 17 Juli 2025

SKRIPSI

Oleh

SISKA YELIZA
NPM. 2161201074

Dewan Penguji:

- | | |
|----------------------------------|-----------------|
| 1. Dr.Islamuddin, S.E.,M.M | Ketua (.....) |
| 2. Mimi Kurnia Nengsih, S.E.,M.M | Anggota (.....) |
| 3. Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M | Anggota (.....) |

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furgonti Ranidiah, S.E.,MM

NIDN : 0208047301



SERTIFIKASI

Saya **Siska Yeliza** bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri atas bimbingan Dosen Pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada program studi lainnya. Karena Karya Ilmiah ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan karya ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, Juni 2025



Siska Yeliza

NPM.2161201074

MOTTO

“ Walaupun terlahir orang tua seorang petani dan bukan dari kedua orang tua yang mempunyai gelar sarjana, alhamdulillah anak petani seperti saya bisa sarjana ”

Skripsi Ini Ka Persembahkan Untuk

- ❖ **Bak & mak ku tersayang (Abu Satar dan Juspar wanis) Yang Mana Telah Memberikan Limpah Kasih Sayang Yang Tak Tehingga Dan Mendoakanku Di Setiap Sujudnya Dan Selalu Memberikan Dukungan Dan Suport Dan Menanti Di Setiap Keberhasilanku Nantinya Dan maaf belum bisa membanggakan kelian berdua sampai saat ini.**
- ❖ **Kepada Kakak Helvia imanisa Dan Iparku Andika putra dan Dan Keponakan Ku Akmal alrafka Terima Kasih Suport Dan Doanya**
- ❖ **Untuk uda dan adikku Agif al ayubi terima kasih telah menjadi kakak yang terbaik yang selalu memberi semangat Ketika aku hampir putus asa dan adikku semoga dirimu harus membanggakan bak dan mak suatu saat kelak**
- ❖ **Untuk Etek,pakcik,naya,nana,Ning,oom,dongah rachi, dan Seluruh Keluargaku Dan Saudaraku Terima Kasih Doa Dan Dukungannya, Big Family di Air Dikit.**
- ❖ **Kawan Kawan Angaktan 2021 Dan Kampus Hijauka Yang Tak Pernahku Lupakan Dan Selalu Ku Rindukan Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt,atas berkat dan Rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh shopping Lifestyle Dan fashion involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Galeri RJ Bengkulu” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan penelitian dalam menempuh jenjang Pendidikan di jurusan Manajemen SI Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Peneliti menyadari bahwa penulisan proposal ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini perkenankan peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, guna mendukung kelancaran penyusunan proposal ini. Peneliti dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto,M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu
2. Ibu Furgonti Ranidiah, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda S.E, M.M,selaku Ketua Program Studi Manajemen,sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu guna mengarahkan dan memberi bimbingan dalam menyelesaikan proposal ini.
4. Bapak dan Ibu dosen serta staf karyawan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah mengajar dan memberikan ilmu kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
5. Kepala toko galeri rj Bengkulu serta seluruh karyawan yang telah memberikan izin penelitian dan membantu dalam kelancaran untuk penyusunan dalam penelitian ini.
6. Teman teman Angkatan 2021 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi.

7. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal penelitian ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis berharap kritik saran untuk masukan bagi penulis agar proposal penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bengkulu, 2025

Siska Yeliza

NPM :2161201074

Abstrak

PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN GALERY RJ BENGKULU.

Siska Yeliza¹

Ade Tiara Yulinda²

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying pada konsumen Toko Galery RJ di Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen aktif toko tersebut. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa shopping lifestyle dan fashion involvement berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulse buying. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup berbelanja dan keterlibatan terhadap fashion, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pelaku bisnis fashion dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Impulse Buying, Konsumen, Galery RJ Bengkulu

ABSTRACT

Siska Yeliza.2025 PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN GALERY RJ BENGKULU.

Siska Yeliza¹

Ade Tiara Yulinda²

This study aims to analyze the influence of shopping lifestyle and fashion involvement on impulse buying among consumers at Galery RJ Store in Bengkulu. The research method used is quantitative with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are active customers of the store. The data were analyzed using multiple linear regression. The results show that both shopping lifestyle and fashion involvement have a positive and significant effect on impulse buying. These findings indicate that the higher the shopping lifestyle and fashion involvement, the more likely consumers are to engage in impulse buying. This study provides important implications for fashion business actors in designing more effective marketing strategies.

Keywords: Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Impulse Buying, consumer, Galery RJ Bengkulu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI	iv
SERTIFIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II STUDI PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis.....	9
2.1.1 Pengertian Impulse buying	9
2.1.2 Karakteristik Impulse Buying.....	12
2.1.3 Faktor faktor Impulse buying	14
2.1.4 Tipe tipe Impulse Buying	17
2.2 Shopping lifestyle	18
2.2.1 Pengertian Shopping lifestyle	18
2.2.2 Faktor faktor Yang Mempengaruhi Shopping lifestyle (Gaya Berbelanja)	20
2.3 Fashion involvement.....	23
2.3.1 Pengertian Fashion Involwmmwnt	23
2.3.2 Faktor faktor Fashion Involvement.....	26
2.3.3 Indikator Fashion Involvement.....	27
2.3.4 Pengaruh Shoppig lifestyle Terhadap Impulse Buying Behavior	19
2.3.5 Hubungan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying	19
2.4 Kerangka Teoritik	35
2.5 Defenisi Operasional.....	36
2.6 Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	39
3.2 Jenis Penelitian	39
3.3 Populasi Dan Sampel.....	39

3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Wawancara.....	42
3.4.2 Observasi	42
3.4.3 Kuesioner.....	42
3.5 Uji Instrumen Penelitian	43
3.5.1 Analisis Penelitian Statistik Deskriptif.....	43
3.5.2 Analisa Tanggapan Responden	44
3.5.3 Uji Validitas	46
3.5.3.1 Uji Reliabilitas	
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.4.1 Uji Normalitas.....	47
3.5.4.2 Uji Multikolinieritas	48
3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas	48
3.6 Analisis Statistik Data	48
3.6.1 Regresi linier berganda.....	50
3.7 Uji Hipotesis.....	50
3.7.1 Uji T	50
3.7.2 Uji.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil.....	52
4.1.1 Sejarah Umum Galeri RJ Bengkulu.....	52
4.1.2 Karakteristik Responden	53
4.1.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	54
4.1.4 Hasil Tanggapan Responden.....	56
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	64
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	64
4.1.5.2 Uji Multikolinieritas	65
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas	66
4.1.6 Aalisis Data Regresi linier Berganda	67
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	68
4.1.8 Uji Hipotesis T	69
4.1.9 Uji Hipotesis F (Simultan).....	70
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Pengaruh Shopping lifestyle Terhadap Impulse Buying	72
4.2.2 Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying.....	74
4.2.3 Pengaruh Shopping lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	5
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 2.3 Definisi Operasional	31
Tabel 3.1 Skort Skala Likert.....	37
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian Responden.....	38
Tabel 4.1.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Instrumen	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Shopping lifestyle.....	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fashion Involvement.....	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Impulse Buying.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji T	62
Tabel 4.12 Hasil Uji F	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan aktivitas Masyarakat mengalami perubahan, salah satunya yaitu dalam hal *fashion*. Jika melihat seseorang memakai baju dan celana, lengkap dengan aksesoris bermerek, orang lain akan menilai bahwa orang tersebut mapan. Penilaian akan berubah Ketika melihat orang lain mengenakan kaos, celana, dan jaket serta sandal orang akan menilainya sebagai orang yang santai.

Banyaknya permintaan kebutuhan konsumen yang bervariasi memberikan peluang bagi para pelaku bisnis terutama di bidang *fashion*. Hal ini menyebabkan banyak bermunculan toko yang menjual berbagai jenis produk *fashion* baik untuk pria, maupun Wanita. Dimana toko-toko tersebut memberikan fasilitas pelayanan dan mutu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen yang berbeda- beda. Selain itu, kebutuhan konsumen yang bervariasi juga berpengaruh terhadap pola gaya hidup atau *lifestyle*. Dalam perubahan gaya hidup tersebut konsumen akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Fenomena perilaku belanja konsumen yang tidak direncanakan (*impulse buying*) dipengaruhi beberapa faktor, antara lain gaya hidup belanja (*shopping lifestyle*) serta mempunyai keterkaitan terhadap *fashion involvement*.

Bagi masyarakat high income berbelanja hal yang sudah menjadi *lifestyle* mereka adalah mereka akan rela mengorbankan sesuatu demi mendapatkan produk yang mereka senangi. Hal tersebut didukung dengan survey yang dilakukan penulis dengan di-temukannya 94% masyarakat Bengkulu yang high income lebih sering berbelanja di mall high class dibandingkan dengan mall lainnya. Hal ini didukung dengan pernyataan Leon Tan yang mengatakan bahwa “bayang-bayang resesi global, baik secara langsung atau tidak langsung, ikut mempengaruhi pola berpikir dan lifestyle kita, termasuk dalam cara berbelanja.

Menurut Mowen dan Minor (2002:10) impulse buying diartikan menjadi suatu Tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar menjadi hasil dari suatu pertimbangan, atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko. Intinya pembelian impulsif dapat dijadikan sebagai pembelian yang dilakukan saat konsumen berada di toko tersebut dan barang tersebut berada dihadapan konsumen. Hal tersebut tentunya akan menimbulkan perasaan yang senang dan bahagia sehingga timbul hal yang kuat mengenai suatu produk tersebut dan berusaha untuk memilikinya.

Menurut Levy & Weitz (2009) *shopping lifestyle* merupakan gaya hidup yang mengacu pada bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka menghabiskan waktu, uang, kegiatan pembelian yang dilakukan, sikap dan pendapat mereka tentang dunia dimana mereka tinggal. Gaya hidup seseorang dalam membelanjakan uang tersebut menjadikan sebuah status sosial, sifat dan karakteristik baru bagi seorang individu. Gaya hidup juga digunakan

segmentasi pasar karena telah menyediakan pandangan kehidupan sehari-hari dari konsumen secara luas. Jika diperhatikan kebanyakan para konsumen lebih cenderung berbelanja fashion. Fashion kini sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup bagi hampir sebagian individu di dunia. Orang yang memiliki gaya hidup yang tinggi mereka lebih cenderung menyukai produk *fashion* yang bermerek dengan kualitas terbaik. Karena penampilan yang menawan, yang sejuk dipandang menjadi prioritas untuk menilai karakteristik individu.

Menurut Japariato dan Sugiharto (2011:34), *fashion involvement* adalah keterlibatan seseorang dengan suatu produk pakaian karena ketertarikan, kepentingan, kebutuhan dan nilai produk tersebut yang membuat konsumen ingin memilikinya. Berdasarkan pendapat beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa *Fashion involvement* adalah keterlibatan seseorang dengan suatu produk karena kebutuhan, kepentingan dan ketertarikan terhadap produk tersebut.

Di Kota Bengkulu bisnis fashion sangat di minati sehingga banyaknya toko- toko fashion yang bermunculan salah satunya yaitu Toko Galery RJ Bengkulu adalah toko yang menjual berbagai jenis barang fashion yang berada di Kota Bengkulu. Toko Galery RJ Bengkulu berlokasi di jl. Putri Gading Cempaka, Penurunan, Kec. Ratu Samban, Kota Bengkulu menjual berbagai jenis barang seperti pakaian, celana, tas, Sepatu, hijab, aksesoris, koper, dan lainnya.

Akibat trend *fashion* yang semakin meluas, menyebabkan banyaknya pesaing yang bergerak di bidang yang sama bermunculan untuk merebutkan

pasar toko matahari,my lova,juragan mode dan RR Stuff dan lainnya. Dengan adanya toko pesaing,, toko Galery RJ menyadari bahwa pentingnya melakukan strategi bisnis demi kelangsungan hidup bisnisnya untuk menarik perhatian minat beli konsumen dalam memilih produk. Hal ini dikarenakan suatu kondisi yang mendahului sebelum individu mempertimbangkan dalam membeli suatu produk.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa pelanggan yang di mintai pendapat mengenai Toko Galery RJ Bengkulu oleh Siska pukul 15.00 hari minggu 17/11/2024, menunjukan bahwa *Impulse buying* yang di lakukan oleh konsumen Galery RJ tinggi karena impulse buying di tandai dengan jumlah penjualan di Galery RJ selama 4 bulan terakhir yang sangat meningkat mencapai 300-1000 produk perharinya dan di karenakan di toko galery rj barang terjadinya diskon sehingga membuat konsumen tertarik membeli produk tersebut tanpa memikirkan produk tersebut di butuhkan atau tidak sehingga membuat konsumen puas dan senang Ketika berbelanja di toko galery RJ untuk gaya hidup belanja (*shopping lifestyle*) Masyarakat dalam hal berpakaian dalam berpakaian model yang disediakan sangat bervariasi sehingga terjadinya ketertarikan oleh produk, sehingga terjadinya (*Fashion Involvement*) sehingga membuat pelanggan membeli produk secara spontan kerana produk yang disediakan bervariasi , dan didukung oleh strategi promosi dan ada juga diskon yang di tawarkan dan tempat toko galery rj Bengkulu yg sangat strategis yg berdekatan dengan bencoolen mall di

Bengkulu,. Hal ini semakin mendukung konsumen dalam melakukan *impulse buying*.

Didukung dengan wawancara pada hari senin 18/11/2024 yang menyatakan bahwa Toko Galery RJ Bengkulu produknya mengikuti trend pasar sekarang sehingga untuk memenuhi kebutuhan terhadap produk (*Shopping Lifestyle*) dan ditoko Galery RJ konsumen adanya ketertarikan terhadap pembelian produk (fashion involvement) dan di toko Galery RJ adanya penawaran diskon di hari tertentu seperti hari sebelum menjelang lebaran, seperti tanggal 11/11 dan event-event tertentu sehingga mempengaruhi *impulse buying*. Terjadi pembelian tanpa terencana karena tertarik melihat diskon yang di tawarkan toko Galery RJ, dan promosi produk membuat konsumen membeli suatu produk secara tiba tiba tanpa di rencanakan dan produk yang di beli merupakan produk yang tidak di butuhkan tetapi konsumen merasa senang memilikinya, sehingga meningkatnya pembelian dan terjadinya impulse buying pada toko galery RJ Bengkulu. Berikut adalah penjualan selama 3 bulan terakhir

Bulan	Jumlah produk
Bulan November	14.603
Bulan desember	18.094
Bulan januari	22.023

Hasil pengujian menunjukkan *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, *hedonic shopping* berpengaruh terhadap *impulse buying* produk fashion pada *Pointbreak Tunjungan Plaza Surabaya*. (Kosyu, Hidayat, & Abdillah, 2014)

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu di atas memperlihatkan masih ada perbedaan hasil penelitian sehingga menyebabkan ketidak

konsistenan dalam menentukan suatu solusi pada masalah terkait, sehingga penulis tertarik untuk membahas dan menguji kembali beberapa faktor tersebut untuk menyumbangkan hasil penelitian terbaru dan mengangkat judul ini **“Pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Galery RJ Bengkulu”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dalam penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan wawancara yang di lakukan kepada toko galery rj terjadinya pengaruh shopping lifestyle di lakukan oleh konsumen Galery rj tinngi terhadap impulse buying di tandai dengan perilaku konsumen boros saat membeli produk tanpa berpikir produk tersebut di butuhkan atau tidak oleh konsumen.
2. Semakin lengkap dan bervariasi produknya di toko Galery rj Bengkulu di dukung dengan diskon yang di berikan toko dan promosi nya membuat semakin meningkatnya pembelian konsumen dikarenakan merasa senang bisa membeli produk tersebut di sebabkan diskon toko dan pembelian tidak di akui secara sadar oleh konsumen.
3. Terjadinya pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse baying di Toko Galery RJ Bengkulu di tunjukan oleh meningkatnya angka penjualan produk, disebabkan oleh diskon dan banyaknya promo produk.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, agar tercapai sasaran dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan maka di dalam penulisan proposal penelitian ini penulis hanya berfokus pada pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Galery RJ Bengkulu.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti dapat merumuskan beberapa masalah untuk diteliti:

1. Apakah *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Galery RJ Bengkulu?
2. Apakah *fashion involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Toko Galery RJ Bengkulu ?
3. Apakah *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada Toko Galery RJ Bengkulu ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Galery RJ Bengkulu
2. Untuk mengetahui pengaruh *fashion involvement* terhadap *impulse buying* pada konsumen toko Galery RJ Bengkulu

3. Untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* pada konsumen toko Galery RJ Bengkulu

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan penulis dan menjadi sarana untuk mengembagkan serta menerapkan teori yang pernah dipelajari selama masa perkuliahan sehingga berguna pada saat bekerja

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini akan memberikan mahasiswi yang berpakaian sesuai mode ide yang lebih baik tentang mengapa mereka harus lebih memperhatikan produk yang mereka beli dengan iseng atau tanpa berpikir.

3. Bagi Universitas

Semoga penelitian ini bisa menjadi salah satu referensi tambahan untuk penelitian-penelitian berikutnya dalam topik yang serupa untuk melakukan penelitian lebih dalam dan berguna dalam penelitian serupa dimasa yang akan datang, di dalam lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu.