

DAFTAR PUSTAKA

- Astini, L., Safarina, N. A., & Suzanna, E. (2022). Jurnal penelitian psikologi. *Penelitian Psikologi*, 13(1), 25–30.
- Deviana & Giantari. (2018). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behaviour* Masyarakat Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2(1), 17–30.
- Edwin Japariato, & Sugiono Sugiharto. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32–41. Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18388>
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53–62. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.372>
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involment dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Mahasiswa. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174–180.
- Imbayani, I. G. A., & Novarini, ni nyoman ari. (2018). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE , FASHION INVOLVEMENT DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR ABSTRAK Konsumen dalam melakukan pembelian tidak jarang dilakukan tanpa terencana dan secara umum konsumen lebih menyukai tempat berbelanja modern diba. *E-Jurnal Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 2.
- Irawan, D. O., Arifin, R., & Basalamah, M. R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse buying (Studi Kasus Pada Mahasiswi Yang Pernah Berkunjung Ke Center Point Di Mall Olympic Garden Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma, Vol.09*(No.04), 152–167.
- Kosyu, D. A., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh hedonic shopping motives terhadap shopping lifestyle dan impulse buying (survei pada pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 14*(2), 1–7.
- Ningrum, P. A. D., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 767–776. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3407>

- Nurhalizah. (2022). Pengaruh Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying Produk di E-Commerce (Studi Pada : Konsumen Shopee di Kecamatan Medan Baru).
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020).
- Rumapea, Y. A. (2023). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Pada Pengguna Platform Marketing Tiktokshop Terhadap Perilaku Impulse Buying (Pada Pelajar Smk N 1 Sidikalang). Doctoral dissertation, Universitas Medan Area.*
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Impulse buying E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. Retrieved from www.fe.unisma.ac.id
- Umboh, Z., Mananeke, L., & Samadi, R. (2018). *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOUR KONSUMEN WANITA DI MTC MANADO. THE INFLUENCE OF SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT AND SALES PROMOTION TO IMPULSE BUYING BEHAVIOR OF WOMEN CONSUMER. Pengaruh Shopping..... 1638 Jurnal EMBA (Vol. 6).*
- Warmika, I. M. W. S. dan I. G. K. (2015). Pengaruh fashion involvement terhadap impulse buying konsumen fashion yang dimediasi positive emotion di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 1684–1700.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

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

Responden yang terhormat,

Saya Siska Yeliza mahasiswi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yang bermaksud melakukan penelitian skripsi S1 dengan judul "PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN PADA TOKO GALERY RJ BEMGKULU ".

Kuesioner ini ditujukan bagi anda yang sudah pernah berbelanja pakaian di Toko Galery RJ Bengkulu minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir. Demi kepentingan akademis. saya sangat mengharapkan jawaban yang sejujurnya dan selengkap-lengkapnnya dari anda dan akan dijaga kerahasiannya.

Demikian atas ketersediaan yang telah anda berikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Siska Yeliza

PETUNJUK PENGISIAN:

- Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberikan salah satu opsi pada pilihan yang tersedia
- Berikan hanya (1) jawaban yang sesuai dengan pernyataan
- Baca dan pahami pernyataan sebelum memberikan jawaban

PILIHAN JAWABAN:

5 = SS (Sangat Setuju)

4 = S (Setuju)

3 = N (Netral)

2 = TS (Tidak Setuju)

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

Usia

15-20 Tahun

21-25 Tahun

26-30 Tahun

> 30 Tahun

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Shopping Lifestyle (x₁)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya cenderung menghabiskan Sebagian uang saya untuk berbelanja pakaian di Toko Galery RJ Bengkulu.				
2.	Dalam satu bulan saya minimal belanja pakaian satu kali di Toko Galery RJ Bengkulu.				
3.	Ketika saya mempunyai waktu luang saya suka melihat-lihat, bahkan hingga berbelanja pakaian di Toko Galery RJ Bengkulu.				
4.	Saya membeli produk terbaru Ketika saya sedang berbelanja di Toko Galery RJ Bengkulu				

Fashion Involvement (x₂)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya selalu memiliki produk dengan model terbaru.				
2.	<i>Fashion</i> adalah suatu hal yang dapat mendukung segala aktivitas saya.				
3.	Saya lebih tertarik dengan model pakaian yang berbeda dengan orang lain				
4.	Produk yang di beli menunjukkan karakteristik saya				

Impulse buying (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Ketika saya mengunjungi toko Galery RJ saya membeli produk <i>fashion</i> secara tiba tiba.				
2.	Saya merasa terpengaruh membeli produk <i>fashion</i> di toko galery RJ kemudian membelinya tanpa rencana.				
3.	Saya merasa mendapat gairah dan dorongan membeli produk <i>fashion</i> di toko galery RJ Ketika mendapat penawaran menarik model dan harga meskipun tidak ada niat untuk membeli sebelumnya.				
4.	Saya membeli produk <i>fashion</i> di toko Galery RJ meskipun tidak membutuhkannya				

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS X1 SHOPING LIFESTYLE

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.565**	.411*	.566**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.001	.024	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.565**	1	.185	.611**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.001		.328	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.411*	.185	1	.307	.647**
	Sig. (2-tailed)	.024	.328		.098	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.566**	.611**	.307	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.098		.000
	N	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.845**	.761**	.647**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2 FASHION INVOLVEMENT

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.064	.269	.415*	.653**
	Sig. (2-tailed)		.737	.150	.023	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.064	1	.289	.427*	.616**
	Sig. (2-tailed)	.737		.121	.019	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.269	.289	1	.560**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.150	.121		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.415*	.427*	.560**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.023	.019	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.653**	.616**	.713**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Y IMPULSE BUYING

		Correlations				
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.587**	.536**	.425*	.791**
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	.019	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.587**	1	.586**	.418*	.801**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.022	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.536**	.586**	1	.558**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.425*	.418*	.558**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.019	.022	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.791**	.801**	.838**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's		
Alpha		N of Items
	.801	5

X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's		
Alpha		N of Items
	.780	5

Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's		
Alpha		N of Items
	.815	5

Data Responden

X1

No	S1	S2	S3	S4	TS
1	5	4	4	4	17
2	3	4	4	4	15
3	2	4	4	4	14
4	3	4	4	3	14
5	3	4	4	4	15
6	3	4	4	3	14
7	3	4	4	3	14
8	3	4	4	4	15
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	5	4	4	5	18
12	3	4	4	3	14
13	5	4	4	4	17
14	5	4	4	5	18
15	5	4	4	4	17
16	4	4	4	4	16
17	2	4	4	2	12
18	4	4	4	4	16
19	4	4	5	5	18
20	2	4	5	2	13
21	4	4	5	5	18
22	4	4	5	4	17
23	5	4	5	5	19
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	5	17
26	5	4	4	5	18
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	3	4	4	5	16
30	5	4	4	4	17
31	5	4	4	4	17
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16

37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	3	4	4	4	15
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	3	4	4	4	15
48	3	4	4	4	15
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	3	4	4	4	15
53	3	4	4	4	15
54	3	4	4	4	15
55	3	4	4	4	15
56	3	4	4	4	15
57	4	2	4	4	14
58	4	2	4	4	14
59	4	2	4	4	14
60	4	2	4	4	14
61	4	2	4	4	14
62	4	2	4	4	14
63	4	2	4	4	14
64	4	2	4	4	14
65	4	2	4	4	14
66	4	2	4	4	14
67	4	2	4	4	14
68	4	2	4	4	14
69	4	1	4	4	13
70	3	4	4	4	15
71	3	4	4	4	15
72	3	4	4	4	15
73	3	4	4	4	15
74	3	4	4	4	15
75	3	4	3	3	13
76	3	4	3	3	13
77	3	4	3	3	13

78	3	4	3	3	13
79	3	4	3	3	13
80	3	4	3	3	13
81	3	4	3	3	13
82	3	3	3	3	12
83	3	3	2	2	10
84	3	3	2	2	10
85	3	3	2	2	10
86	3	3	2	2	10
87	3	3	2	2	10
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16

X2

No	F1	F2	f3	F4	TF
1	5	5	5	5	20
2	2	4	5	5	16
3	2	2	3	5	12
4	4	4	5	4	17
5	3	3	5	5	16
6	3	3	5	5	16
7	3	3	4	3	13
8	4	3	4	4	15
9	4	4	3	3	14
10	5	4	5	5	19
11	4	5	5	5	19
12	4	3	4	4	15
13	5	4	4	4	17
14	4	4	3	5	16
15	5	4	4	3	16
16	4	5	4	3	16
17	2	2	3	3	10
18	4	4	5	3	16
19	5	5	5	4	19
20	3	3	3	4	13
21	4	3	3	4	14
22	4	4	3	3	14
23	4	5	3	3	15
24	4	4	3	4	15
25	4	5	3	3	15
26	4	4	5	4	17
27	4	4	3	3	14
28	2	4	4	3	13
29	4	5	3	4	16
30	5	5	4	5	19
31	4	5	3	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	3	5	5	3	16
36	4	4	4	3	15
37	3	2	2	5	12
38	5	3	3	3	14

39	4	3	3	3	13
40	3	4	4	4	15
41	4	3	3	3	13
42	3	3	3	3	12
43	4	3	3	4	14
44	4	4	4	3	15
45	3	3	3	4	13
46	4	3	3	2	12
47	3	3	3	3	12
48	3	3	3	3	12
49	2	2	2	3	9
50	3	3	3	3	12
51	3	3	3	4	13
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	5	4	4	4	17
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	4	19
59	4	4	4	4	16
60	4	5	5	4	18
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	4	4	3	16
68	5	5	5	5	20
69	5	3	3	5	16
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	2	2	2	2	8
73	3	4	4	3	14
74	4	4	4	5	17
75	3	4	4	4	15
76	4	3	3	4	14
77	4	5	5	4	18
78	4	4	4	4	16
79	5	4	4	4	17

80	4	4	4	5	17
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	2	2	2	2	8
84	5	3	3	5	16
85	3	3	3	5	14
86	3	4	4	5	16
87	3	3	3	4	13
88	3	3	3	4	13
89	3	3	3	3	12
90	3	3	3	3	12
91	3	4	4	3	14
92	3	3	3	3	12
93	3	3	3	3	12
94	3	3	3	3	12
95	3	3	3	3	12
96	3	3	3	3	12
97	3	3	3	3	12
98	3	3	3	3	12
99	3	3	3	3	12
100	3	3	3	3	12

X3

No	Y1	Y2	Y3	Y4	TY
1	3	5	5	3	16
2	3	5	5	3	16
3	3	5	5	3	16
4	4	5	5	3	17
5	4	5	5	3	17
6	5	5	4	3	17
7	3	5	4	3	15
8	4	5	4	3	16
9	5	4	4	2	15
10	4	4	4	2	14
11	3	4	4	2	13
12	3	4	4	2	13
13	5	4	4	2	15
14	4	4	4	2	14
15	3	4	4	2	13
16	4	4	4	2	14
17	2	4	4	2	12
18	3	4	4	2	13
19	3	4	4	2	13
20	5	4	4	2	15
21	4	4	4	1	13
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	2	4	4	4	14
26	2	4	4	4	14
27	2	4	4	2	12
28	4	4	4	2	14
29	4	4	4	2	14
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	3	15
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16

39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	3	15
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	5	17
43	4	4	4	5	17
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	5	17
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	5	17
49	4	4	4	3	15
50	4	4	4	3	15
51	4	4	4	3	15
52	4	4	4	5	17
53	4	4	4	5	17
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	4	4	3	4	15
66	4	4	3	4	15
67	4	4	3	4	15
68	4	4	3	4	15
69	4	4	3	4	15
70	4	4	4	2	14
71	4	4	4	2	14
72	4	4	4	2	14
73	4	4	4	2	14
74	4	4	4	2	14
75	4	4	4	2	14
76	4	4	4	2	14
77	4	4	4	2	14
78	4	4	4	2	14
79	4	4	4	2	14

80	4	4	4	2	14
81	4	4	4	2	14
82	4	4	4	1	13
83	3	3	3	4	13
84	3	3	3	4	13
85	3	3	3	4	13
86	3	3	3	4	13
87	3	3	3	4	13
88	3	3	3	4	13
89	4	3	3	4	14
90	3	3	3	4	13
91	4	3	3	4	14
92	4	3	3	4	14
93	4	3	3	4	14
94	4	3	3	4	14
95	3	3	3	3	12
96	4	2	3	3	12
97	5	2	3	3	13
98	5	2	3	3	13
99	4	2	3	3	12
100	5	2	3	3	13

Hasil Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TF, TS ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 ^a	.301	.287	1.204

a. Predictors: (Constant), TF, TS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations Statistics		Collinearity VIF
		B	Std. Error				Part	Tolerance	
1	(Constant)	10.443	1.433		7.293	.000			
	TS	.949	.170	.479	5.597	.030	.135	1.000	1.000
	TF	.131	.043	.217	2.763	.007	.266	1.000	1.000

a. Dependent Variable: TY

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.665	2	30.333	20.913	.000 ^b
	Residual	140.695	97	1.450		
	Total	201.360	99			

a. Dependent Variable: TY

b. Predictors: (Constant), TF, TS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TS	TF	TY
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15.05	15.17	14.76
	Std. Deviation	1.806	2.868	1.415
Most Extreme Differences	Absolute	.211	.126	.210
	Positive	.169	.126	.164
	Negative	-.211	-.114	-.210
Test Statistic		.211	.126	.210
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
TY	.210	100	.000	.913	100	.060

a. Lilliefors Significance Correction



