

ABSTRAK

Perkembangan *trend fashion* yang semakin meningkat, menyebabkan kebutuhan manusia akan barang dan jasa pada bidang *fashion* semakin meningkat dan bervariasi. Para pelaku bisnis dituntut untuk menyediakan berbagai *fashion* yang menjadi selera konsumen. Dengan memerhatikan aspek *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* para pelaku bisnis dapat menarik daya tarik konsumen dalam melakukan *impulse buying behavior*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kota Bandung. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* dengan tipe *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dengan jumlah responden sebanyak 400 responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying behavior*, dan berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* berpengaruh secara simultan terhadap *impulse buying behavior*. Berdasarkan koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* adalah sebesar 55,7%, sisanya sebesar 44,3% merupakan kontribusi dari variabel lain selain *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Fashion Involvement, Impulse Buying Behavior, Shopping Lifestyle*