

ABSTRAK

Mayoutfit Bandung merupakan *store* pakaian yang sedang berkembang pesat yang dapat bersaing di industri *fashion* saat ini dan memiliki banyak konsumen di kalangan wanita remaja sampai dewasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* secara simultan terhadap *Impulse Buying* dan pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* secara parsial terhadap *Impulse Buying*.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Shopping Lifestyle* (X1) *Activities, interest, dan opinion, Fashion Involvement* (X2) *Fashion Inovativeness, Fashion Interpersonal connection, Fashion interest, Fashion knowledge ability, dan Fashion awaness and reaction to changing fashion trend, Impulse Buying* (X3) Spontanitas, Kekuatan, kompulasi dan intensitas, Kegairahan dan stimultan, dan Berbelanja di MayOutfit tanpa memikirkan resikonya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah kausal. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan populasi tidak diketahui secara pasti, pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling incidental*, dan metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, dan analisis regresi linier berganda .

Berdasarkan hasil analisis dua variabel independen Variabel (X) yang terdiri dari *Shopping Lifestyle* (X1) dan *Fashion Involvement* (X2) terhadap variabel dependen *Impulse Buying* (Y) dapat dilihat bahwa *Shopping Lifestyle* (X1) berpengaruh secara parsial terhadap *Impulse Buying* (Y), *Fashion Involvement* (X2) berpengaruh secara parsial terhadap *Impulse Buying* (Y), dan *Shopping Lifestyle* (X1) dan *Fashion Involvement* (X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap *Impulse Buying* pada MayOutfit Bandung dengan nilai 72,1% sampai 76,16% yang menyatakan baik.

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