

## ABSTRAK

Perkembangan dunia fashion yang disebut mode ini telah mengalami kemajuan yang pesat di Indonesia. Pada masa sekarang dunia fashion sudah menjadi hal yang umum sebagai kebutuhan bahkan berbelanja sudah menjadi gaya hidup seseorang (*Shopping Lifestyle*), Orang-Orang memiliki kepuasan tersendiri ketika mendapatkan barang yang diinginkannya tanpa memedulikan manfaatnya (*Hedonic Shopping Motivation*). Industri fashion luar negeri sudah banyak yang membuka outletnya di Indonesia salah satunya adalah ZARA, yang sudah menjadi brand terkenal sehingga sudah banyak memiliki penggemar produk fashionnya (*Fashion Involvement*.) ZARA menjadi salah satu brand kalangan menengah keatas yang menampilkan kesan mewah dan elegant sehingga membuat banyak pengunjung yang tiba-tiba tertarik berbelanja ketika mengunjungi outletnya (*Impulse Buying*).

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis deskriptif dan kausal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berbelanja atau bertransaksi di ZARA Paris Van Java Mall dan berusia 18-35 Tahun. Pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* serta *simple random sampling*, dengan sampel sebanyak 102 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kausal dengan *software smartPLS 3.3.3*.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Fashion Involvement* masuk dalam kategori baik yaitu 73,78% *Hedonic Shopping Motivation* masuk dalam kategori sangat baik yaitu 81,02%, *Shopping Lifestyle* dan *Impulse Buying* juga masuk dalam kategori sangat baik yaitu 85,03% dan 88,82%. Hasil analisis dengan *SmartPLS 3.3.3* menyatakan bahwa secara parsial *Fashion Involvement*, *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada pengunjung yang telah bertransaksi di ZARA Paris Van Java Mall.

**Kata Kunci:** *Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, dan Impulse Buying.*