

Pengaruh Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, Availability of Money, Availability of Time, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Produk Fashion Ramayana Department Store Payakumbuh

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana

Pada Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan oleh:

INDAH NOVALIA SARI

1211322014

Pembimbing 1: DR. Verinita, SE., MSi.

Pembimbing 2: Agestayani, SE., MM.

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

2016



No. Alumni Universitas: **INDAH NOVALIA SARI** No. Alumni Fakultas:

a)Tempat/Tanggal Lahir: Danggung-Danggung/22 November 1994 b)Nama Orang Tua: Isrizal dan Ratna Yustiti c)Fakultas: Ekonomi d)Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1211322014 f)Tanggal Lulus: 22 April 2016 g)Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h)IPK: 3,56 i) Lama Studi: 3 tahun 9 bulan j)Alamat Orang Tua: Danggung-Danggung, Kecamatan Guguk, Kabupaten 50 Kota

Pengaruh *Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, Availability of Money, Availability of Time, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behaviour* Konsumen Produk *Fashion Ramayana Department Store Payakumbuh*

Skripsi oleh Indah Novalia Sari
Pembimbing 1: DR. Verinita, SE., M.Si
Pembimbing 2: Agestayani SE, MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, Availability of Money, Availability of Time, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behaviour* Konsumen Produk *Fashion Ramayana Department Store Payakumbuh*. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu masyarakat Kota Payakumbuh yang pernah berbelanja produk *fashion* di *Ramayana Department Store Payakumbuh*. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Models (SEM)* dengan bantuan program *SmartPLS version 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *Hedonic Consumption Tendency* dan *Availability of Money* terhadap *Positive Emotion* serta adanya pengaruh positif dan signifikan *Fashion Involvement* dan *Positive Emotion* terhadap *Impulse Buying Behaviour*. Namun dalam penelitian ini juga menemukan bahwa *Fashion Involvement* dan *Availability of Time* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Positive Emotion*, begitu juga dengan *Hedonic Consumption Tendency* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying Behaviour* Konsumen Produk *Fashion Ramayana Department Store Payakumbuh*.

Kata kunci: *Availability of Money, Availability of Time, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, Impulse Buying Behaviour, Positive Emotion, Structural Equation Models (SEM)*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 22 April 2016.
 Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	DR. Verinita, SE., M.Si	Agestayani, SE., MM	Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM

Mengetahui,

Koordinator
 FEUA Kampus II Payakumbuh :

Lukman, SE., M.Si
NIP:196411231993031003

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

		Petugas Fakultas / Universitas
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan