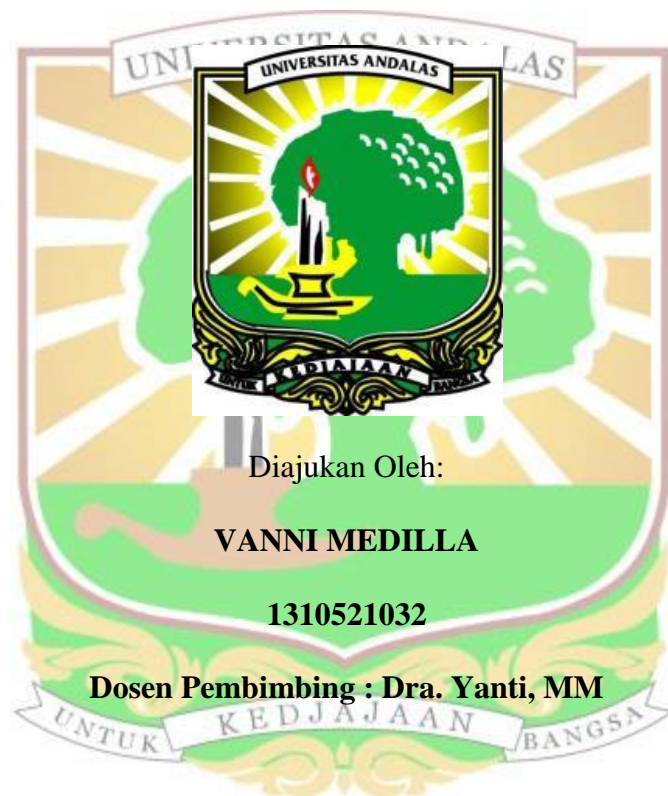


**ANALISIS PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*,
FASHION INVOLVEMENT DAN *EMOTIONAL GRATIFICATION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR* PELANGGAN
TOKO FREE AND STYLE DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

VANNI MEDILLA

1310521032

Dosen Pembimbing : Dra. Yanti, MM

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

JULI 2017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang analisis pengaruh *hedonic shopping value*, *fashion involvement* dan *emotional gratification* terhadap *impulse buying behavior* pelanggan toko Free and Style di Kota Padang. Variabel bebasnya yakni *hedonic shopping value* (X1), *fashion involvement* (X2), dan *emotional gratification* (X3), sedangkan variabel terikatnya adalah *impulse buying behavior* (Y). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden yang dipilih berdasarkan teknik *non-probability sampling (purposive sampling)*. Penelitian ini menggunakan data primer. Data dianalisis menggunakan program SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *hedonic shopping value*, *fashion involvement* dan *emotional gratification* berpengaruh terhadap *impulse buying behavior* pelanggan toko Free and Style di Kota Padang.

Kata Kunci : *hedonic shopping value, fashion involvement, emotional gratification, dan impulse buying behavior*

