

	No. Alumni Universitas:	NURUL KHAIRUNNISA	No. Alumni Fakultas:
	a) Tempat/tanggal Lahir: Ombilin / 23 November 1994 b) Nama Orang Tua: Agusran dan Ermi Arif c) Fakultas:Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1211322003 f) Tanggal Lulus: 17 Februari 2016 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3.35 i) Lama Studi: 3 tahun 7 bulan j) Alamat Orang Tua: Jorong Ombilin, Nagari Simawang, Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat		

Pengaruh *Fashion Involvement, Hedonic Consumption, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying* Oleh Konsumen Pada Ramayana Department Store Cabang Payakumbuh

Skripsi oleh: Nurul Khairunnisa
Pembimbing 1: DR.Verinita, SE.,M.Si
Pembimbing 2:Erizal N, SE., MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Fashion Involvement, Hedonic Consumption, Positive Emotion* terhadap *Impulse Buying* oleh konsumen Ramayana Department Store cabang Payakumbuh. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja pakaian di Ramayana Department Store cabang Payakumbuh. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebar kuesioner. Pengolahan data penelitian ini menggunakan alat bantu SEM (*Structural Equation Models*) dengan program *SmartPLS version 2.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel *fashion involvement* dan *positive emotion* terhadap *impulse buying*, serta *fashion involvement* dan *hedonic consumption* terhadap *positive emotion*. Namun variabel *hedonic consumption* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying* oleh konsumen. Maka, beberapa cara untuk menciptakan sifat hedonis dari konsumen dengan menghadirkan merek-merek pakaian yang ternama dan terkenal, karena merek merupakan hal yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika ingin mengkonsumsi suatu produk. Selain itu merek yang terkenal akan memperlihatkan kualitas yang bagus dari pakaian, dengan memakai produk yang ternama dan terkenal, konsumen akan mendapatkan pengalaman baru serta konsumen gembira ketika memakai produk.

Kata kunci: *Fashion Involvement, Hedonic Consumption, Positive Emotion, Impulse Buying, Structural Equation Models*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 17 februari 2016. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

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

Mengetahui,
 Koordinator
 FEUA KampusII Payakumbuh :

Lukman, SE., M.Si
NIP:196411231993031001

Tanda Tangan

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

	PetugasFakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan