

## ABSTRAK

Nama : Santi Juliana  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Product Quality* terhadap *Impulse Buying* produk Hijab Umama Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement*, dan *Product Quality* Terhadap *Impulse Buying* Produk Hijab Umama pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non-Probability sampling* serate *accidental sampling*. Dengan jumlah responden 105 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda, Uji asumsi Klasik, Uji Instrumen ( Validitas dan Reliabilitas), pengujian hipotesis dengan menggunakan program SPSS 25.0. Hasil pengujian ini menunjukkan secara simultan bahwa *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* Secara Parsial, Masing Masing variabel yaitu *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada produk hijab Umama. Implikasi manajerial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatkan *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Product Quality* Terhadap *Impulse Buying* pada produk Hijab Umama.

Kata kunci: Gaya hidup belanja, Keterlibatan produk, Kualitas Produk, Pembelian Impulsif

## **ABSTRACT**

*Nama : Santi Juliana*  
*Program Studi : Manajemen*  
*Judul : Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Product Quality terhadap Impulse Buying produk Hijab Umama Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh*

*This research aims to investigate the effect of Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Product Quality on Impulse Buying of Umama Hijab products among female students majoring in Management at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The sampling method used is non-probability sampling acctendal fiber sampling, with a total of 105 respondents. The data analysis technique employed is multiple linear regression analysis, classical assumption tests, instrument tests (validity and reliability), and hypothesis testing using SPSS 25.0 software. The results indicate that, simultaneously, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Product Quality have a positive and significant effect on Impulse Buying. Specifically, each variable—Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Product Quality—also has a positive and significant effect on Impulse Buying for Umama hijab products. The managerial implications of this study suggest the need to enhance Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Product Quality to boost Impulse Buying of Umama hijab products.*

**Keywords:** *Shopping lifestyle, Fashion involvement, Product quality, Impulse buying*