

Analisis pengaruh fashion involvement, positive emotion, dan hedonic consumption tendency terhadap impulse buying behavior pada produk pakaian merek "X" : studi kasus di Mal Taman Anggrek

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20408905&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh keterlibatan dalam berbusana, emosi positif, dan kecenderungan konsumsi hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif dari pakaian "X". 150 kuesioner didistribusikan kepada responden di outlet X pada mall Taman Anggrek Jakarta. Hasil menunjukkan bahwa keterlibatan dalam berbusana, emosi positif, dan kecenderungan konsumsi hedonis mempengaruhi perilaku pembelian impulsif dari pakaian "X".