

ABSTRAK

Hannah Zakiya, 1820310057, Pengaruh Hijabista Celebrity Endorsement, Trend Fashion Muslimah, dan Fashion Interest terhadap Impulsive Buying Pada Meisya Fashion Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Pengaruh Hijabista Celebrity Endorsement, Trend Fashion Muslimah, dan Fashion Interest* terhadap *Impulsive Buying* Pada Meisya Fashion Kudus. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field reseach*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebesar 104 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* dengan metode *Purposive sampling*.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Meisya Fashion Kudus. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *statistical package for social sciences (SPSS) for Windows 20*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Hijabista Celebrity Endorsement* berpengaruh secara signifikan atau positif terhadap *Impulsive Buying* pada Meisya Fashion Kudus dan variabel *Trend Fashion Muslimah* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap *Impulsive Buying* pada Meisya Fashion Kudus. Sedangkan variabel *Fashion Interest* berpengaruh secara signifikan atau positif terhadap *Impulsive Buying* pada Meisya Fashion Kudus. Adapun hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,567 Yang berarti bahwa sebesar 56,7% variabel *Hijabista Celebrity Endorsement, Trend Fashion Muslimah, dan Fashion Interest*. Sedangkan sisanya sebesar 47,3% dari hasil 104% - 56,7% dapat disimpulkan bahwa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Hijabista Celebrity Endorsement, Trend Fashion Muslimah, Fashion Interest, Impulsive Buying.*