

ABSTRAK

Adelia Nurul Khusna, 1950110155, Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying* Produk Fashion (Studi Pada Mahasiswi Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2019-2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying* Produk Fashion. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh mahasiswi aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2019-2023 yang berjumlah 2.110 mahasiswi. Dengan menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* dapat diketahui sampel dalam penelitian ini berjumlah 240 responden. Penyebaran kuesioner menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* agar seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel terpilih. Dalam melakukan analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program olah data SPSS 29. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa variabel *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* pada produk fashion.

Kata Kunci : *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Impulse Buying, Produk Fashion.*