

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *shopping lifestyle*, harga, pajak pertambahan nilai, dan *discount* terhadap *impulse buying* masyarakat berpenghasilan kena pajak.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari data kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat dengan penghasilan kena pajak yang sedang berbelanja di Sogo *Department Store*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 23 dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *shopping lifestyle*, harga, pajak pertambahan nilai, dan *discount* berpengaruh terhadap *impulse buying* masyarakat berpenghasilan kena pajak. Secara parsial variabel *shopping life style*, harga, pajak pertambahan nilai tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* masyarakat berpenghasilan kena pajak. Variabel *discount* secara parsial berpengaruh terhadap *impulse buying* masyarakat berpenghasilan kena pajak. Hasil ini dibuktikan dari hasil uji simultan (F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikansi dari lima variabel bebas yang mendukung hipotesa.

Kata kunci : *Shopping Lifestyle*, Harga, Pajak Pertambahan Nilai, *Discount*, *Impulse Buying* Masyarakat berpenghasilan Kena Pajak.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the influence of shopping life style, price, vat, and discount with impulse buying of people with taxable income.*

*This study uses primary data obtained from questionnaire data distribute to respondents of people with taxable income who shopping in Sogo department store. The sampling technique uses purposive sampling. The analysis technique uses multiple linear regression analysis using SPSS version 23 with significance level 5%.*

*The results of this study indicate that simultaneously, the variable implementation of shopping life style, price, vat, and discount on impulse buying of people with taxable income. Shopping life style, price, and vat partially not effects with impulse buying of people with taxable income. Discount partially effects with impulse buying of people with taxable income. This is evidenced from the results of the simultaneous test (*F test*) and the results of the partial test (*t test*) also show significant values of the four independent variables that support the hypothesis.*

*Keywords : Shopping Lifestyle, Price, Vat, Discount, Impulse Buying of People with Taxable Income.*

