

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba mengadapatasi penelitian yang dilakukan oleh Park, Kim & Forley (2006) pada mahasiswa salah satu perguruan tinggi di Amerika Serikat, tetapi dengan lokasi penelitian yang berbeda yaitu Yogyakarta. Penelitian ini mencoba menguji pengaruh *fashion involvement*, emosi positif dan *hedonic consumption tendency* terhadap pembelian impulsif di *department store*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 200 responden, dimana metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner.

Berdasarkan hasil analisis yang telah ditampilkan dan dibahas dalam bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh *fashion involvement* terhadap *hedonic consumption tendency*

Dari hasil analisis pada penelitian ini, menunjukkan bahwa *fashion involvement* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap timbulnya *hedonic consumption tendency*. Konsumen yang memiliki *fashion involvement* yang tinggi, pada saat berada di *department store* akan cenderung melakukan konsumsi secara hedonis. *Fashion involvement* ini dapat mempengaruhi konsumen dalam merasakan pengalaman berbelanja dan tentunya mencari kepuasan melalui pembelian secara hedonis.

2. Pengaruh *fashion involvement* dan *hedonic consumption tendency* terhadap emosi positif.

Fashion involvement mengarah pada ketertarikan seseorang terhadap katagori produk *fashion* tertentu seperti baju, tas atau sepatu. Dalam penelitian ini, *fashion*

involvement merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi emosi positif. Namun, berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, *fashion involvement* yang dimiliki oleh konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap munculnya emosi positif di *department store*.

Berdasarkan hasil analisis, variabel *hedonic consumption tendency* berpengaruh signifikan terhadap timbulnya emosi positif di *department store*. Konsumen yang memiliki *hedonic consumption tendency* tinggi cenderung melakukan sesuatu untuk mendapatkan pemenuhan kebutuhan emosionalnya. Salah satunya adalah dengan berbelanja produk *fashion*. Setelah konsumen melakukan pembelian, maka suasana emosional dapat menjadi ke arah positif (senang, puas, gembira) atau ke arah negatif yang berupa rasa penyesalan karena telah membeli produk *fashion* tersebut tanpa pemikiran lebih lanjut.

3. Pengaruh *fashion involvement*, emosi positif dan *hedonic consumption tendency* terhadap pembelian impulsif

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa *fashion involvement* berpengaruh signifikan dan positif terhadap terjadinya pembelian impulsif di *department store* atau dengan kata lain, semakin tinggi *fashion involvement* yang dimiliki oleh konsumen maka akan semakin tinggi pula kecenderungan terjadinya pembelian impulsif. Hal ini terjadi karena, ketika konsumen memiliki *fashion involvement* yang tinggi, dimana dalam hal ini berarti konsumen memiliki ketertarikan pada produk *fashion* yang modis, *stylish* serta *up-to-date*, maka faktor tersebutlah yang akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.

Emosi positif disini dapat diartikan sebagai suasana hati yang dapat menentukan pengambilan keputusan konsumen. Tetapi, berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa emosi positif tidak berpengaruh signifikan terhadap terjadinya pembelian impulsif di *department store*. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung rasional ketika berbelanja dan tidak mengikuti emosi atau perasaannya.

Dari hasil analisis, variabel *hedonic consumption tendency* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion* di *department store*. Saat ini, konsumen yang datang berbelanja ke *department store* tidak hanya sekedar untuk berbelanja atau mendapatkan manfaat ekonomis dari produk yang dibelinya, tetapi juga karena ingin mendapatkan kesenangan, hiburan atau *refreshing*. Konsumen yang memiliki *hedonic consumption tendency* yang tinggi, memiliki kecenderungan untuk membeli tanpa perencanaan sebelumnya, dimana hal ini disebabkan oleh kondisi emosional, rasa senang akan pengalaman berbelanja yang didapatkan sehingga mampu meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif.

5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL

Bagi para pemilik bisnis *fashion* khususnya *department store*, melalui penelitian ini dapat diperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya *impulse buying* produk *fashion* seperti *fashion involvement* dan *hedonic consumption tendency*. Pembelian impulsif merupakan proses pembelian dimana konsumen tidak memiliki niatan membeli sebelumnya. Pembelian impulsif yang berorientasi *fashion* cenderung terjadi pada konsumen yang menyukai dunia *fashion*, tertarik akan produk-produk *fashion branded* dan sebagainya, atau dalam hal ini memiliki *fashion involvement*.

Saat ini, referensi fashion yang *stylish* dan *up-to-date* dapat dengan mudah dicari, mulai dari media televisi, media cetak seperti tabloid atau majalah, hingga internet. Semakin banyaknya referensi tersebut, konsumen akan semakin terbantu dalam memperbaiki penampilan sesuai dengan karakternya. Hal ini menjadi penting bagi para pemilik bisnis *fashion*, dalam hal ini *department store* agar semakin baik dalam memilih produk-produk *fashion* apa sajakah yang disukai konsumen saat ini. *Department store* dituntut pula untuk menjadi *up-to-date* dalam menjual produk-produk *fashion*nya.

Selain itu pula, *department store* diharapkan memperhatikan emosi positif dan pengalaman hedonis konsumen di toko. Walaupun dalam penelitian ini, emosi positif tidak mempengaruhi pembelian impulsif akan tetapi akan lebih baik jika pihak *department store* memperhatikan faktor emosional konsumen juga. Menciptakan emosi yang positif serta *hedonic consumption tendency* yang tinggi dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan menciptakan atmosfer toko yang menarik mulai dari *design* toko/*layout*, pemilihan interior, penataan *display*, kebersihan toko, pencahayaan, warna, hingga musik. Sehingga walaupun saat tersebut konsumen tengah dalam emosi yang negatif ketika masuk ke dalam *department store* namun akhirnya mampu terbangkitkan *mood*nya dan bisa berbelanja dengan nyaman.

Dilihat dari karakteristik konsumen mahasiswa yang datang berbelanja ke *department store*, mayoritas membeli produk *fashion* berupa pakaian dan sepatu. Hal ini mungkin disebabkan oleh banyaknya pilihan jenis pakaian dan sepatu dengan model terkini yang ditawarkan di *department store*. Ditambah lagi untuk kedua produk tersebut cenderung mengutamakan kenyamanan bagi pemakainya sehingga fasilitas *fitting room* atau sekedar tersedianya bangku dan kaca untuk mencoba sepatu/sandal menjadi bagian yang cukup penting.

Kemudian melihat pengeluaran konsumen mahasiswa pada penelitian ini yang mayoritas berkisar antara Rp.100.000,00 hingga Rp.150.000,00 perbulan dirasa cukup sesuai untuk pembelian produk *fashion* seperti pakaian atau alas kaki (sepatu/sandal), karena saat ini variasi harga produk *fashion* di *department store* cukup beragam, dari yang murah sampai yang mahal, sehingga masih bisa terjangkau oleh konsumen mahasiswa dengan uang saku yang terbatas. Oleh karena itu, selain *department store* harus memperhatikan penataan atmosfer gerai demi menciptakan emosi positif serta pengalaman berbelanja bagi konsumen, perlu diperhatikan pula kualitas dan pemilihan produk *fashion* yang ditawarkan hingga harga yang terjangkau dan bersaing.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini tentunya terdapat keterbatasan. Pertama, pengambilan sampel yang hanya terbatas pada mahasiswa beberapa perguruan tinggi swasta di Yogyakarta, dimana hasil penelitian tidak bisa digeneralisasikan untuk keseluruhan mahasiswa di Yogyakarta. Kedua, dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yakni *fashion involvement*, emosi positif dan *hedonic consumption tendency* yang mempengaruhi pembelian impulsif. Ketiga, pada penelitian ini terbatas pada pembelian produk *fashion* secara umum, bukan pada jenis *fashion* tertentu misalnya pakaian saja atau lebih merujuk pada merek *fashion* tertentu. Keterbatasan lain dalam penelitian ini yaitu metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi, dengan demikian tidak dapat dilihat hubungan kausal secara keseluruhan (hubungan kausal dalam kerangka penelitian menjadi terpisah-pisah)

Melihat keterbatasan yang ada, maka untuk penelitian selanjutnya, pengambilan sampel dapat lebih diperluas sehingga memperkecil kemungkinan bias serta dapat lebih

mewakili populasi. Kemudian variabel penelitian selanjutnya dapat dipeluas lagi merujuk pada merek atau produk katagori *fashion* yang berbeda misalnya kosmetik, aksesoris ataupun jenis pakaian tertentu. Sedangkan untuk melihat hubungan kausal yang muncul dalam kerangka penelitian secara keseluruhan, maka dapat digunakan Sctructural Equation Modeling (SEM).



DAFTAR PUSTAKA

- Ailen, 2010, *Analisa Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Pada Masyarakat High Income Di Galaxy Mall Surabaya*, Universitas Kristen Petra, Surabaya
- Anne Ahira, 2012, *Matahari Dept Store salah satu rekomendasi tempat berbelanja fashion terbaik*, <http://www.aneahira.com/matahari-department-store.htm>, diakses pada 02 Maret 2012.
- Astuti, R.D., dan Fillipa, Maria., 2008, Perbedaan Pembelian Secara Impulsif Berdasarkan Tingkat Kecenderungan, Kategori Produk dan Pertimbangan Pembelian, *Jurnal Ichsan Gorontalo Vol.3*, p.1441-1456.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., dan Miniard, Paul W., 1995, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Forney, J.D., Kim, E.Y., Park, E.J., 2006, A Structural Model Of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior, *Journal of Fashion Marketing and Management Vol.10 No.4*, p.433-446
- Hirschman, E.C., and Holbrook, M.B., 1982, The Experiential Aspect of Consumption : Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, *Journal of Consumer Research Vol.9*, p.132-140.
- Kacen, J. J., and Lee, J. A., 2002, The Influence of Culture On Consumer Impulsive Buying Behavior, *Journal of Consumer Psychology 12(2)*, p. 163-176.
- Kertajaya, H., 2006, *Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*, PT.Mizan Pustaka, Jakarta.
- Kompas, 2011, *Peluang pasar produk Fashion sangat Besar*, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/09/28/21424939/Peluang.Pasar.Produk.Fashion.Sangat.Besar>, diakses pada 02 Maret 2012.
- Marketing, 2012, *Sepuluh Karakter Unik Konsumen Indonesia*, <http://www.marketing.co.id/2012/01/21/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>, diakses pada 02 Maret 2012.
- Mowen John C., dan Minor Michael., 2001, *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Rochman, Fatchur., 2009, Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif Sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang, *Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.7 No.2*, p.251-261
- Rumahs2s, 2012, *10 Karakter konsumen*, www.rumahs2s.com/10karakter_konsumen.pdf, diakses pada 02 Maret 2012.
- Scarpi, D., 2006, Fashion Stores Between Fun and Usefulness, *Journal of Fashion Marketing and Management 10/1*, p. 7-24.
- Semuel, Hatane., 2004, Respons Lingkungan Belanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Serba Ada (Toserba)(Studi Kasus Carrefour Surabaya), *Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Petra*, p.140-158.
- Seniman, 2011, *Jakarta Fashion Design Competition 2011*, <http://seniman.web.id/getart/search/jakarta-fashion-design-competition-2011-2012>, diakses pada 02 Maret 2012.
- Simamora, Bilson., 2004, *Riset Pemasaran : Falsafah, Teori, dan Aplikasi*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tabloid Bintang, 2012, *Indonesia Fashion Week Segera Digelar*, <http://www.tabloidbintang.com/index.php/extra/116-gaya-hidup/cantik-sehat/20285-indonesia-fashion-week-segera-digelar-februari>, diakses 02 Maret 2012.
- Utami, Christina Whidya, 2006, *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Salemba Empat, Jakarta.
- Vivanews, 2011, *Wapres: Jadikan Industri Kreatif Tuan Rumah Pekan Produk Kreatif Indonesia 2011 diharapkan dapat mendatangkan 60 ribu pengunjung*, <http://wap.vivanews.com/news/read/231393-generasi-muda-bisa-hasilkan-produk-kreatif>, diakses pada 02 Maret 2012.
- Yistiani, N.N., 2012, *Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza Di Denpasar*, Universitas Udayana, Denpasar.

KUESIONER
PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT*, EMOSI POSITIF DAN
***HEDONIC CONSUMPTION TENDENCY* TERHADAP PEMBELIAN**
IMPULSIF DI DEPARTMENT STORE

I. Profil Responden

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai identitas responden. Anda dipersilakan untuk menjawab dengan cara memberikan tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan

1. Jenis kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia anda saat ini.....tahun
3. Uang saku/penghasilan anda per-bulan :

a. < Rp.750.000	c. Rp.1.000.000 – <Rp.1.250.000
b. Rp.750.000 – <Rp.1.000.000	d. Lebih dari Rp.1.250.000
4. Jenis produk *fashion* yang biasa anda beli di *department store* : (Boleh memilih lebih dari satu)
 - Baju
 - Celana – Rok
 - Tas
 - Sepatu – Tas
 - Aksesoris
1. Pengeluaran anda untuk pembelian produk *fashion* per-bulan :

a. < Rp.100.000	c. Rp.150.000 – <Rp.200.000
b. Rp.100.001 – <Rp.150.000	d. Diatas Rp.200.000,-
6. Frekuensi pembelian produk *fashion* (per bulan) :

a. ≤ 2 kali	c. 4 kali
b. 3 kali	d. Lebih dari 4 kali

II. Kuesioner Penelitian

Berikut ini ada berbagai pernyataan mengenai variabel penelitian. Mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari memberikan jawaban yang sebenarnya dengan memberikan tanda rumput (\surd) pada kolom yang sesuai dengan pendapat/pengalaman Anda selama berbelanja di *department store*.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju N = Netral SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju S = Setuju

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	<i>Fashion Involvement</i>					
1.	Saya memiliki satu atau lebih pakaian dengan model terbaru.					
2.	<i>Fashion</i> adalah satu hal penting yang mendukung aktivitas saya.					
3.	Saya lebih suka apabila model pakaian yang dikenakan berbeda dengan orang lain.					
4.	Pakaian yang saya miliki menunjukkan kepribadian saya.					
5.	Saya cenderung mengetahui informasi <i>fashion</i> terbaru dibanding orang lain.					
6.	Saya lebih tertarik berbelanja kebutuhan <i>fashion</i> di butik maupun toko khusus <i>fashion</i> , dibanding berbelanja di <i>department store</i> .					
	Emosi Positif					
8.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>department store</i> .					
9.	Saya merasa senang saat berbelanja di <i>department store</i> .					
10.	Saya merasa puas saat berbelanja di <i>department store</i> .					
11.	Saya merasa bebas memilih ketika berbelanja di <i>department store</i>					

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	<i>Hedonic Consumption Tendency</i>					
12.	Saya dapat memenuhi rasa ingin tahu saya ketika berbelanja di <i>department store</i> .					
13.	Saya ingin mencari hiburan dengan berbelanja di <i>department store</i> .					
14.	Saya ingin merasakan pengalaman baru ketika berbelanja di <i>department store</i>					
15.	Saya dapat berinteraksi dengan orang lain ketika berbelanja di <i>department store</i> .					
	Pembelian Impulsif					
16	Saya sering membeli produk <i>fashion</i> di <i>department store</i> secara spontan					
17	Saya akan membeli <i>fashion</i> dengan model terbaru ketika melihatnya di <i>department store</i> .					
18.	Saya membeli untuk mencoba model terbaru, walaupun tidak sesuai dengan diri saya.					
19.	Saya sering membeli produk <i>fashion</i> di <i>department store</i> tanpa berpikir terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian itu.					
20.	Saya sering merasa terburu-buru dalam membeli produk <i>fashion</i> di <i>department store</i>					
21.	Keadaan emosional yang saya rasakan mempengaruhi kegiatan berbelanja saya di <i>department store</i>					

Terima Kasih

Resp.	Fashion1	Fashion2	Fashion3	Fashion4	Fashion5	Fashion6	Fashion.Inv	Emosi1	Emosi2	Emosi3	Emosi4	EmosiPositif
1	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	5	5	3	2	3.43	4	4	4	5	4.25
3	4	4	5	5	3	2	3.43	4	4	4	5	4.25
4	4	4	4	4	3	3	3.29	4	4	4	4	4
5	2	4	4	2	2	2	2.57	2	2	2	2	2
6	4	4	3	4	3	4	3.43	4	4	4	4	4
7	4	1	5	3	2	2	2.57	3	3	3	4	3.25
8	2	2	3	3	4	3	2.71	2	3	4	3	3
9	4	4	4	4	3	4	3.71	4	4	3	4	3.75
10	4	4	4	4	3	4	3.71	3	3	3	3	3
11	3	4	4	5	2	2	3.14	4	4	4	4	4
12	4	5	3	4	4	4	3.57	4	4	5	4	4.25
13	4	5	4	5	3	5	3.86	3	3	3	4	3.25
14	1	3	5	5	1	4	2.86	4	4	3	4	3.75
15	2	3	3	3	2	2	2.29	4	4	3	3	3.5
16	2	3	4	4	3	3	2.86	4	4	4	4	4
17	2	3	3	3	2	2	2.43	2	2	2	2	2
18	2	3	3	4	3	3	2.71	4	4	3	4	3.75
19	3	4	4	4	2	3	3.29	3	3	3	3	3
20	2	3	3	4	3	3	2.71	4	4	4	4	4
21	3	2	3	3	2	2	2.29	4	3	3	4	3.5
22	3	3	4	4	3	3	3.14	4	4	3	4	3.75
23	4	4	5	5	4	5	4.14	4	4	4	4	4
24	4	4	5	5	4	5	4.29	4	4	4	4	4
25	3	3	2	4	2	3	2.71	4	4	3	4	3.75
26	4	4	4	4	3	3	3.57	4	4	3	4	3.75
27	4	4	4	4	3	3	3.43	4	4	3	4	3.75

28	2	2	4	3	3	3	2.57	3	3	3	4	3.25
29	4	4	3	4	2	2	2.86	4	4	3	5	4
30	3	3	4	5	3	4	3.57	4	3	3	4	3.5
31	4	4	5	5	3	3	3.86	4	3	3	4	3.5
32	4	4	4	4	3	3	3.43	4	4	4	4	4
33	4	4	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3.75
34	4	4	2	1	2	4	2.57	3	3	3	4	3.25
35	4	2	4	4	1	2	2.57	4	4	4	4	4
36	3	3	4	4	4	3	3.29	4	4	4	5	4.25
37	3	2	4	4	2	5	3	3	3	4	4	3.5
38	4	5	5	3	4	4	3.71	4	4	3	3	3.5
39	3	5	4	3	3	3	3.57	3	3	3	3	3
40	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
41	4	4	5	2	2	4	3.14	4	4	4	4	4
42	3	4	4	4	2	4	3.29	4	3	3	4	3.5
43	4	5	2	5	2	4	3.29	4	4	4	4	4
44	3	4	5	4	3	3	3.43	3	3	3	4	3.25
45	3	4	3	4	3	5	3.43	4	3	3	4	3.5
46	3	3	4	5	3	2	3	3	3	3	4	3.25
47	4	5	4	5	3	5	3.86	3	3	3	4	3.25
48	1	3	5	5	1	4	2.86	4	4	3	4	3.75
49	2	3	3	3	2	2	2.29	4	4	3	3	3.5
50	2	3	4	4	2	2	2.57	4	4	4	4	4

51	2	3	3	3	2	2	2.43	2	2	2	2	2
52	2	3	3	4	3	3	2.71	4	4	3	4	3.75
53	3	4	4	4	2	3	3.29	3	3	3	3	3
54	2	3	3	4	2	2	2.43	4	4	4	4	4
55	3	2	3	3	2	2	2.29	4	3	3	4	3.5
56	3	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3
57	2	4	4	5	1	2	2.71	4	4	4	4	4
58	4	3	4	3	3	4	3.57	4	4	4	4	4
59	4	3	4	3	3	4	3.57	4	4	4	4	4
60	4	4	5	4	3	2	3.43	3	3	3	3	3
61	4	4	4	4	4	3	3.71	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	2	3.43	4	4	4	4	4
63	3	3	4	4	2	3	3.14	2	2	3	3	2.5
64	3	3	4	4	2	3	3.14	2	3	3	3	2.75
65	3	4	3	4	2	2	2.86	2	2	3	3	2.5
66	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
67	2	3	5	5	3	3	3.14	2	3	2	4	2.75
68	3	3	3	4	3	2	2.86	3	3	3	4	3.25
69	4	4	4	5	3	2	3.43	3	3	3	5	3.5
70	4	4	4	4	3	4	3.57	3	3	3	3	3
71	4	5	5	5	3	5	4.14	3	3	3	3	3
72	4	5	3	4	2	2	3.14	5	5	4	4	4.5
73	4	4	4	5	4	5	4.14	4	4	3	4	3.75
74	3	3	2	4	2	3	2.71	3	3	3	3	3
75	3	3	5	5	5	2	3.57	4	3	4	3	3.5
76	3	4	4	4	3	4	3.43	3	3	3	4	3.25

77	3	2	3	4	3	2	2.57	4	4	4	4	4
78	3	2	3	4	3	2	2.57	4	4	4	4	4
79	4	4	5	5	4	5	4.14	4	4	4	4	4
80	3	3	2	4	2	3	2.71	4	4	3	4	3.75
81	3	3	4	4	3	4	3.29	3	3	4	3	3.25
82	3	2	4	4	2	4	3	2	2	2	4	2.5
83	2	5	4	5	4	4	3.86	4	4	4	4	4
84	3	4	5	3	2	2	3	2	3	3	2	2.5
85	4	2	4	5	2	3	3.14	4	4	3	4	3.75
86	3	4	5	5	2	2	3.29	3	3	3	4	3.25
87	3	3	3	4	2	2	2.57	4	4	4	4	4
88	3	4	5	4	3	2	3.14	4	4	4	4	4
89	2	2	3	4	1	2	2.29	4	3	3	4	3.5
90	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3
91	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3.75
92	3	4	4	4	4	4	3.57	4	4	3	4	3.75
93	3	4	4	4	4	4	3.57	4	4	3	4	3.75
94	2	5	4	5	4	4	3.86	4	4	4	4	4
95	3	4	5	3	2	2	3	2	3	3	2	2.5
96	4	2	4	5	2	3	3.14	4	4	3	4	3.75
97	3	4	5	5	2	2	3.29	3	3	3	4	3.25
98	3	3	3	4	2	2	2.57	4	4	4	4	4
99	3	4	5	4	3	2	3.14	4	4	4	4	4
100	2	2	3	4	1	2	2.29	4	3	3	4	3.5

101	2	2	3	4	1	2	2.29	4	3	3	4	3.5
102	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3.25
103	2	4	4	4	3	3	3.14	4	4	4	4	4
104	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3.75
105	3	4	4	4	4	4	3.57	4	4	3	4	3.75
106	4	4	4	4	4	4	3.57	3	2	2	3	2.5
107	3	3	4	4	2	1	2.71	3	3	2	4	3
108	3	2	4	4	2	5	3	3	3	4	4	3.5
109	4	5	5	3	4	4	3.71	4	4	3	3	3.5
110	4	5	5	3	4	4	3.71	4	4	3	3	3.5
111	3	5	4	3	3	3	3.57	3	3	3	3	3
112	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
113	4	4	5	2	2	4	3.14	4	4	4	4	4
114	3	4	4	4	2	4	3.29	4	3	3	4	3.5
115	4	5	2	5	2	4	3.29	4	4	4	4	4
116	3	4	5	4	3	3	3.43	3	3	3	3	3
117	3	4	3	4	3	5	3.43	4	3	3	4	3.5
118	3	3	4	5	3	2	3	3	3	3	4	3.25
119	4	4	4	4	3	3	3.43	4	4	4	4	4
120	4	4	3	4	3	4	3.43	4	4	4	4	4
121	3	3	4	4	2	2	2.86	3	3	3	3	3
122	3	3	4	4	2	1	2.71	3	3	2	4	3
123	3	4	4	5	2	2	3.14	4	4	4	4	4
124	4	5	3	4	4	4	3.57	4	4	5	4	4.25
125	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3.5
126	4	3	4	3	3	4	3.29	3	3	3	3	3
127	3	2	4	4	2	4	3	2	2	2	4	2.5
128	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3

129	3	3	4	4	3	4	3.29	3	3	4	3	3.25
130	4	5	4	3	3	3	3.57	4	4	3	3	3.5
131	4	4	4	4	4	4	3.57	3	2	2	3	2.5
132	4	5	5	5	4	2	4.14	4	4	5	5	4.5
133	2	3	3	4	3	2	2.57	3	3	3	4	3.25
134	2	2	3	4	2	3	2.43	3	3	3	3	3
135	3	2	3	4	2	3	2.86	2	2	2	3	2.25
136	4	4	3	2	2	2	2.71	4	4	2	2	3
137	4	4	3	2	2	2	2.71	4	4	2	2	3
138	3	4	5	4	3	3	3.43	4	4	4	4	4
139	3	4	5	4	3	3	3.43	4	4	4	4	4
140	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3.25
141	4	5	4	3	3	3	3.71	4	4	3	3	3.5
142	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3.5
143	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3.5
144	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3.25
145	4	5	5	5	4	2	4.14	4	4	5	5	4.5
146	3	3	4	4	3	3	3.14	3	2	3	3	2.75
147	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
148	3	3	4	5	3	3	3.14	4	4	3	4	3.75
149	3	4	4	4	2	3	3.43	4	4	4	4	4
150	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3

151	3	3	4	4	3	4	3.29	4	3	3	4	3.5
152	3	4	5	5	3	2	3.29	5	5	4	5	4.75
153	3	4	4	4	2	3	3.29	4	4	4	4	4
154	4	4	4	4	2	3	3.29	4	4	4	4	4
155	2	3	4	3	3	3	2.86	4	4	4	4	4
156	5	5	4	2	4	5	3.86	2	2	4	2	2.5
157	4	4	4	4	2	3	3.57	4	4	4	4	4
158	3	3	4	4	4	2	3.43	3	3	3	4	3.25
159	2	1	2	5	1	1	1.86	3	3	4	5	3.75
160	3	3	4	5	1	3	2.86	3	3	3	3	3
161	3	3	4	4	3	4	3.29	4	3	3	4	3.5
162	4	3	2	4	2	4	2.86	2	2	2	3	2.25
163	5	5	4	2	4	5	3.86	2	2	4	2	2.5
164	2	3	2	3	2	2	2.14	2	1	1	1	1.25
165	4	3	4	1	2	2	2.43	4	4	4	5	4.25
166	3	3	2	4	2	3	2.57	3	3	3	3	3
167	5	3	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3
168	4	4	3	3	3	5	3.43	3	3	3	3	3
169	4	3	4	1	2	2	2.86	4	4	4	5	4.25
170	3	3	4	4	4	2	3.43	3	3	3	4	3.25
171	3	3	5	5	3	5	3.71	3	4	3	3	3.25
172	5	3	5	5	2	4	4	3	3	3	3	3
173	3	3	4	5	1	3	2.86	3	3	3	3	3
174	3	4	5	5	3	2	3.29	5	5	4	5	4.75
175	3	3	3	2	2	2	2.29	3	3	3	4	3.25
176	4	4	4	5	3	2	3.43	3	3	3	3	3

177	3	3	5	5	5	3	3.86	4	4	4	4	4
178	3	4	4	4	3	4	3.43	3	3	3	4	3.25
179	4	3	4	5	3	4	3.71	4	3	3	5	3.75
180	2	2	4	3	3	3	2.57	3	3	3	4	3.25
181	4	3	4	5	3	4	3.71	4	3	3	5	3.75
182	2	3	4	4	4	3	3.14	4	4	4	5	4.25
183	2	4	2	4	1	2	2.29	4	4	4	4	4
184	4	2	4	4	2	4	3.14	4	4	4	4	4
185	4	4	4	4	3	2	3.29	4	3	3	4	3.5
186	1	2	5	5	3	2	2.71	3	3	3	3	3
187	4	5	4	4	3	4	3.57	4	4	5	4	4.25
188	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3.25
189	3	2	2	4	2	3	2.43	3	3	3	4	3.25
190	4	4	2	4	3	3	3.14	4	4	4	4	4
191	4	5	4	4	3	4	3.57	4	4	5	4	4.25
192	3	4	4	4	3	4	3.43	3	3	4	4	3.5
193	3	3	4	4	3	3	3.14	4	4	3	4	3.75
194	3	1	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
195	4	4	2	4	3	3	3.14	4	4	4	4	4
196	4	3	4	4	3	2	3.14	3	3	3	3	3
197	3	2	2	4	2	3	2.43	3	3	3	4	3.25
198	4	5	4	4	3	4	3.57	4	4	5	4	4.25
199	4	4	4	4	4	4	3.71	4	4	4	4	4
200	3	3	4	4	3	3	3.14	4	4	3	4	3.75

Resp.	Hedonic1	Hedonic2	Hedonic3	Hedonic4	HCT	Impulse1	Impulse2	Impulse3	Impulse4	Impulse5	Impulse6	Imp.Buying
1	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	2.67
2	3	4	4	2	3.25	4	3	3	4	2	4	3.33
3	3	4	4	2	3.25	4	3	3	3	2	4	3.17
4	3	4	2	3	3	2	3	1	2	2	3	2.17
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2.33
6	3	4	3	3	3.25	4	2	2	2	2	2	2.33
7	3	4	2	4	3.25	2	3	1	4	2	4	2.67
8	4	4	4	3	3.75	2	2	1	4	4	2	2.5
9	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3.33
10	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3.33
11	4	4	4	3	3.75	4	3	2	3	3	3	3
12	4	4	3	3	3.5	3	4	1	2	3	4	2.83
13	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	3	2.83
14	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
15	2	3	3	2	2.5	2	2	2	2	2	2	2
16	3	2	2	3	2.5	4	2	1	2	2	2	2.17
17	2	2	2	4	2.5	3	2	2	2	2	2	2.17
18	2	2	2	3	2.25	2	2	1	2	2	2	1.83
19	4	4	3	3	3.5	2	2	1	2	2	2	1.83
20	4	2	2	4	3	4	2	1	1	2	4	2.33
21	2	1	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1.67
22	3	4	2	3	3	4	2	1	1	1	3	2
23	4	5	4	4	4.25	4	5	2	2	2	2	2.83
24	4	5	4	4	4.25	4	5	2	2	2	2	2.83
25	3	4	2	2	2.75	4	2	1	2	2	4	2.5
26	3	4	4	3	3.5	4	4	2	3	3	4	3.33
27	4	4	3	3	3.5	4	3	2	2	2	4	2.83

28	3	4	4	4	3.75	4	2	1	1	1	4	2.17
29	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	4	2.17
30	4	5	4	2	3.75	4	2	1	1	3	3	2.33
31	3	4	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2.67
32	4	4	4	3	3.75	2	3	1	2	2	4	2.33
33	4	4	3	3	3.5	3	3	2	2	2	4	2.67
34	3	2	2	3	2.5	4	2	1	1	2	3	2.17
35	4	4	4	3	3.75	2	2	1	2	3	4	2.33
36	4	3	3	3	3.25	2	2	2	2	2	2	2
37	3	2	2	2	2.25	4	2	1	2	1	2	2
38	4	4	3	3	3.5	4	3	1	4	5	5	3.67
39	3	4	3	3	3.25	3	3	2	2	2	3	2.5
40	3	4	3	3	3.25	4	2	1	3	3	4	2.83
41	2	4	2	3	2.75	4	2	1	1	1	1	1.67
42	2	4	2	2	2.5	2	2	2	2	2	2	2
43	2	1	1	1	1.25	1	1	1	1	1	5	1.67
44	3	3	2	2	2.5	4	2	2	2	2	4	2.67
45	4	5	3	3	3.75	2	2	2	2	3	5	2.67
46	3	4	3	3	3.25	4	3	1	2	3	4	2.83
47	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	3.33
48	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
49	2	3	3	2	2.5	2	2	2	2	2	2	2
50	3	2	2	3	2.5	4	2	1	2	2	2	2.17

51	2	2	2	4	2.5	3	2	2	2	2	2	2.17
52	2	2	2	3	2.25	2	2	1	2	2	2	1.83
53	4	4	3	3	3.5	2	2	1	2	2	2	1.83
54	4	2	2	4	3	4	2	1	1	2	4	2.33
55	2	1	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1.67
56	2	3	3	3	2.75	3	3	2	2	2	3	2.5
57	4	3	2	2	2.75	1	1	2	1	1	5	1.83
58	4	4	3	3	3.5	3	3	2	4	4	4	3.33
59	4	4	3	3	3.5	3	3	2	4	4	4	3.33
60	3	3	4	4	3.5	4	3	3	4	4	3	3.5
61	3	4	3	3	3.25	4	3	3	3	2	4	3.17
62	3	4	3	3	3.25	4	3	3	3	2	4	3.17
63	3	2	2	2	2.25	4	2	2	3	4	3	3
64	2	2	2	2	2	4	2	2	3	4	3	3
65	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2.33
66	3	3	3	4	3.25	2	2	2	2	2	4	2.33
67	5	5	4	5	4.75	2	1	1	1	1	3	1.5
68	4	4	3	3	3.5	4	3	2	4	4	4	3.5
69	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	5	3.67
70	3	4	4	3	3.5	4	2	2	2	2	4	2.67
71	3	4	3	3	3.25	5	3	2	2	2	3	2.83
72	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3.5
73	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	3	1.5
74	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2
75	3	4	5	3	3.75	1	1	1	1	1	5	1.67
76	4	4	4	4	4	4	4	1	3	2	4	3
77	3	4	4	2	3.25	3	3	2	3	3	4	3
78	3	4	4	2	3.25	3	3	2	3	3	4	3

79	4	5	4	4	4.25	4	5	2	2	2	2	2.83
80	3	4	2	2	2.75	4	2	1	2	2	4	2.5
81	4	4	4	3	3.75	5	4	3	4	3	4	3.83
82	3	4	2	4	3.25	4	2	2	4	3	4	9.83
83	4	2	3	4	3.25	4	4	4	4	4	4	4
84	3	4	3	4	3.5	3	3	2	2	3	4	2.83
85	4	4	4	2	3.5	3	2	1	1	2	2	1.83
86	3	4	3	2	3	4	2	2	1	1	1	1.83
87	3	3	2	2	2.5	4	2	2	2	2	2	2.33
88	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4	2.83
89	4	3	4	5	4	4	2	1	1	2	5	2.5
90	4	3	3	3	3.25	2	2	2	4	4	4	3
91	4	4	3	3	3.5	2	2	2	1	2	4	2.17
92	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2.67
93	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2.67
94	4	2	3	4	3.25	4	4	4	4	4	4	4
95	3	4	3	4	3.5	3	3	2	2	3	4	2.83
96	4	4	4	2	3.5	3	2	1	1	2	2	1.83
97	3	4	3	2	3	4	2	2	1	1	1	1.83
98	3	3	4	4	3.5	4	2	2	2	2	2	2.33
99	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4	2.83
100	4	3	4	5	4	4	2	1	1	2	5	2.5

101	4	3	4	5	4	4	2	1	1	2	5	2.5
102	4	3	3	3	3.25	2	2	2	3	3	3	2.5
103	4	4	3	3	3.5	4	3	2	4	3	4	3.33
104	4	4	3	3	3.5	2	2	2	1	2	4	2.17
105	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2.67
106	4	4	3	4	3.75	4	3	1	1	1	3	2.17
107	4	5	2	1	3	2	2	2	3	3	5	2.83
108	3	2	2	2	2.25	4	2	1	2	1	2	2
109	4	4	3	3	3.5	4	3	1	4	5	5	3.67
110	4	4	3	3	3.5	4	3	1	4	5	5	3.67
111	3	4	3	3	3.25	3	3	2	2	2	3	2.5
112	3	4	3	3	3.25	4	2	1	3	3	4	2.83
113	2	4	2	3	2.75	4	2	1	1	1	1	1.67
114	2	4	2	2	2.5	2	2	2	2	2	2	2
115	2	1	1	1	1.25	1	1	1	1	1	5	1.67
116	3	3	2	2	2.5	4	2	2	2	2	4	2.67
117	4	5	3	3	3.75	2	2	2	2	3	5	2.67
118	3	4	3	3	3.25	4	3	1	2	3	4	2.83
119	4	4	3	3	3.5	2	4	2	2	3	4	2.83
120	3	4	3	3	3.25	4	2	2	2	2	2	2.33
121	3	3	2	2	2.5	3	3	2	2	3	4	2.83
122	4	5	2	1	3	2	2	2	3	2	5	2.67
123	4	4	4	3	3.75	4	3	2	4	4	4	3.5
124	4	4	3	3	3.5	3	4	1	2	3	4	2.83
125	4	4	3	4	3.75	4	4	2	2	2	3	2.83
126	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2.83
127	3	4	2	4	3.25	4	2	2	4	3	4	3.17
128	2	2	2	2	2	4	2	1	1	2	3	2.17

129	4	4	4	3	3.75	5	4	3	4	3	4	3.83
130	3	4	2	4	3.25	4	4	4	3	2	4	3.5
131	4	4	3	4	3.75	4	3	1	1	1	3	2.17
132	4	4	3	3	3.5	4	4	2	4	2	3	3
133	3	3	3	2	2.75	2	2	2	2	2	2	2
134	3	4	3	3	3.25	2	2	1	1	1	3	1.67
135	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2.5
136	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3.67
137	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3.67
138	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3.33
139	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3.33
140	4	4	3	4	3.75	3	3	2	2	2	4	2.67
141	3	4	2	4	3.25	4	4	3	2	2	4	3.17
142	4	4	3	3	3.5	4	4	2	4	3	4	3.5
143	3	4	3	3	3.25	4	4	2	3	3	4	3.33
144	4	4	3	5	4	3	2	2	4	2	4	2.83
145	4	4	3	3	3.5	4	4	2	4	2	2	3
146	3	3	2	3	2.75	1	2	2	3	3	3	2.33
147	3	4	4	4	3.75	4	4	2	3	3	4	3.33
148	3	4	3	3	3.25	1	1	5	1	1	1	1.67
149	4	2	3	2	2.75	4	3	1	3	3	4	3
150	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3.33

151	4	4	3	3	3.5	4	2	2	2	3	3	2.67
152	5	5	3	4	4.25	4	3	1	4	3	5	3.33
153	4	2	3	2	2.75	4	3	1	3	3	4	3
154	2	4	2	4	3	4	4	2	2	2	4	3
155	4	3	3	2	3	2	2	1	3	2	1	1.83
156	4	5	2	2	3.25	4	5	2	2	2	5	3.33
157	2	4	2	4	3	4	4	2	2	2	4	3
158	4	4	3	3	3.5	4	3	2	2	3	4	3
159	4	3	3	4	3.5	4	2	3	4	4	3	3.33
160	3	4	3	4	3.5	3	3	3	1	1	4	2.5
161	4	4	3	3	3.5	4	2	2	2	3	3	2.67
162	2	3	3	3	2.75	3	2	2	2	2	4	2.5
163	4	5	2	2	3.25	4	5	2	2	2	5	3.33
164	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1.17
165	5	3	3	3	3.5	3	2	1	4	3	5	3
166	3	4	3	3	3.25	4	2	1	1	1	4	2.17
167	4	5	3	1	3.25	3	3	3	4	4	4	3.5
168	2	4	2	2	2.5	2	2	3	2	4	3	2.67
169	5	3	3	3	3.5	3	2	1	4	3	5	3
170	4	4	3	3	3.5	4	3	2	2	3	4	3
171	3	4	2	2	2.75	2	3	2	4	2	4	2.83
172	4	5	3	1	3.25	3	3	3	4	4	4	3.5
173	3	4	3	4	3.5	3	3	1	1	1	4	2.17
174	5	5	3	4	4.25	4	3	1	4	3	5	3.33
175	3	2	2	2	2.25	2	2	2	2	2	2	2
176	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	5	3.67
177	3	4	5	3	3.75	1	1	1	1	1	4	1.5
178	4	4	4	4	4	4	4	1	3	2	4	3

179	4	5	4	2	3.75	4	2	1	1	3	3	2.33
180	3	4	4	4	3.75	4	2	1	2	2	4	2.5
181	4	5	4	2	3.75	4	2	1	1	3	3	2.33
182	4	3	3	3	3.25	2	2	2	2	2	2	2
183	4	3	3	3	3.25	2	2	1	2	3	4	2.33
184	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3.33
185	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3
186	3	1	1	4	2.25	1	1	1	1	1	1	1
187	4	4	5	4	4.25	5	3	1	2	3	5	3.17
188	2	4	3	3	3	4	2	2	2	4	2	2.67
189	3	4	4	4	3.75	4	3	1	1	1	3	2.17
190	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	2.67
191	4	4	5	4	4.25	5	3	1	2	3	5	3.17
192	4	4	4	4	4	4	1	3	2	2	4	2.67
193	3	4	2	3	3	4	2	1	1	1	3	2
194	2	2	2	2	2	1	4	5	4	5	3	3.67
195	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	2.67
196	3	3	3	4	3.25	33	2	3	2	4	4	3
197	3	4	4	4	3.75	4	3	1	1	1	3	2.17
198	4	4	5	4	4.25	5	3	1	2	3	5	3.17
199	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3.17
200	3	4	2	3	3	4	2	1	1	1	3	2


```

RELIABILITY
/VARIABLES=Fashion1 Fashion2 Fashion3 Fashion4 Fashion5 Fashion6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	200	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Fashion1	17.1600	7.170	.367	.578
Fashion2	16.9000	6.422	.452	.540
Fashion3	16.5100	7.085	.363	.579
Fashion4	16.4200	8.245	.097	.671
Fashion5	17.6350	6.655	.477	.535
Fashion6	17.2750	6.401	.402	.563

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.3800	9.372	3.06145	6

```

RELIABILITY
/VARIABLES=Fashion1 Fashion2 Fashion3 Fashion5 Fashion6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Fashion1	13.2000	5.940	.430	.619
Fashion2	12.9400	5.343	.485	.591
Fashion3	12.5500	6.249	.316	.665
Fashion5	13.6750	5.638	.490	.592
Fashion6	13.3150	5.383	.415	.628

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.4200	8.245	2.87138	5

```

RELIABILITY
/VARIABLES=Impulse1 Impulse2 Impulse3 Impulse4 Impulse5 Impulse6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=SCALE
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	200	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.426	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Impulse1	12.5600	11.001	.148	.729
Impulse2	13.6000	24.844	.290	.374
Impulse3	14.4150	25.400	.273	.385
Impulse4	13.8850	22.725	.459	.305
Impulse5	13.8100	23.180	.460	.315
Impulse6	12.7550	24.136	.278	.367

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.2050	28.264	5.31642	6

RELIABILITY

```
/VARIABLES=Impulse1 Impulse2 Impulse3 Impulse4 Impulse5 Impulse6  
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA  
/STATISTICS=SCALE  
/SUMMARY=TOTAL .
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	199	99.5
	Excluded(a)	1	.5
	Total	200	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Impulse1	9.9397	7.895	.456	.697
Impulse2	10.7638	8.626	.372	.725
Impulse3	10.2261	6.398	.686	.599
Impulse4	10.1608	7.004	.630	.630
Impulse5	9.1005	7.737	.350	.747

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.5477	11.027	3.32066	5


```

RELIABILITY
/VARIABLES=Emosi1 Emosi2 Emosi3 Emosi4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=SCALE
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	200	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Emosi1	10.4300	2.859	.776	.770
Emosi2	10.5100	2.854	.786	.766
Emosi3	10.6200	3.161	.605	.843
Emosi4	10.2450	3.121	.596	.848

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.9350	5.076	2.25303	4

```

RELIABILITY
/VARIABLES=Hedonic1 Hedonic2 Hedonic3 Hedonic4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=SCALE
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	200	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Hedonic1	9.6550	3.916	.573	.613
Hedonic2	9.4200	3.853	.460	.678
Hedonic3	9.9850	3.653	.618	.580
Hedonic4	9.9700	4.110	.377	.728

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.0100	6.301	2.51026	4

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT HCT
/METHOD=ENTER FashionInvolvement .

```

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	FashionInvolvement(a)	.	Enter

a All requested variables entered.
b Dependent Variable: HCT

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.281 ^a	.079	.074	.61715	.079	16.964	1	198	.000

a. Predictors: (Constant), FashionInvolvement

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.461	1	6.461	16.964	.000(a)
	Residual	75.413	198	.381		
	Total	81.874	199			

a Predictors: (Constant), FashionInvolvement
b Dependent Variable: HCT

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	2.217	.254		8.730	.000
	FashionInvolvement	.314	.076	.281	4.119	.000

a Dependent Variable: HCT

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT EmosiPositif
/METHOD=ENTER FashionInvolvement HCT .

```

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HCT, FashionInvolvement(a)		Enter

- a All requested variables entered.
b Dependent Variable: EmosiPositif

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.261 ^a	.068	.059	.54647	.068	7.209	2	197	.001

- a. Predictors: (Constant), HCT, FashionInvolvement

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.306	2	2.153	7.209	.001(a)
	Residual	58.829	197	.299		
	Total	63.135	199			

- a Predictors: (Constant), HCT, FashionInvolvement
b Dependent Variable: EmosiPositif

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	2.539	.265		9.595	.000
	FashionInvolvement	.106	.070	.108	1.503	.134
	HCT	.184	.063	.210	2.924	.004

- a Dependent Variable: EmosiPositif

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT ImpulseBuying
/METHOD=ENTER FashionInvolvement EmosiPositif HCT .

```

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HCT, EmosiPositif, FashionInvolvement(a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: ImpulseBuying

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.448 ^a	.200	.188	.59705	.200	16.384	3	196	.000

a. Predictors: (Constant), HCT, EmosiPositif, FashionInvolvement

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.521	3	5.840	16.384	.000(a)
	Residual	69.868	196	.356		
	Total	87.389	199			

a Predictors: (Constant), HCT, EmosiPositif, FashionInvolvement

b Dependent Variable: ImpulseBuying

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.	
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error		
1	(Constant)	.738	.350		2.108		.036	
	FashionInvolvement	.302	.077	.261	3.905		.000	
	EmosiPositif	-.076	.078	-.065	-.979		.329	
	HCT	.323	.070	.312	4.593		.000	

a. Dependent Variable: ImpulseBuying

