

ABSTRAK

M.Naufal Rivaldi (1158020173). “Pengaruh Promosi Penjualan dan Penjualan Personal Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Toserba GYK).

Persaingan ritel modern di Indonesia yang semakin ketat saat ini disertai dengan sulitnya menebak perubahan perilaku berbelanja konsumen membuat para peritel perlu untuk menyusun strategi, khususnya strategi pemasaran yang tepat dalam rangka bertahan dan unggul dalam kondisi tersebut. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan menarik minat beli kelompok konsumen impulsif dan menempatkannya sebagai salah satu pasar sasaran potensial yang perlu diprioritaskan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian impulsif dan diantaranya adalah melalui stimulus promosi penjualan dan penjualan personal.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan penjualan personal terhadap pembelian impulsif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Toserba GYK dengan sampel sebanyak 100 orang dan instrumen penelitian berupa angket.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan (X1) berpengaruh terhadap pembelian impulsif (Y) dengan t hitung sebesar 4,021. Sedangkan penjualan personal (X2) berpengaruh terhadap pembelian impulsif (Y) dengan t hitung sebesar 3,893. Selain itu, dengan F hitung sebesar 47,903 menunjukkan bahwa promosi penjualan (X1) dan penjualan personal (X2) berpengaruh secara simultan terhadap pembelian impulsif (Y). Nilai koefisien determinasi 0,497 menunjukkan bahwa promosi penjualan (X1) dan penjualan personal (X2) mempengaruhi pembelian impulsif (Y) sebesar 49,7%. Sedangkan 50,3% merupakan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Promosi penjualan, penjualan personal, pembelian impulsif.