

ABSTRAK

Citra Rahayu Intan Julisa (1168020046) : “Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya masalah yang terdapat pada *impulse buying* konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square yang dibuktikan dengan terjadinya penurunan penjualan kotor sebanyak 4,3 triliun, laba bersih sebanyak 45% dan pendapatan bersih sebanyak 22%. Hal ini diduga karena ada beberapa faktor yang terdapat pada *price discount* dan *bonus pack* yang tidak mampu menstimulus konsumen untuk melakukan *impulse buying*, sehingga penjualan yang tinggi tidak tercapai dan menyebabkan pendapatan Matahari Department Store menurun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying* pada konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square (2) pengaruh *bonus pack* terhadap *impulse buying* pada konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square (3) pengaruh *price discount* dan *bonus pack* terhadap *impulse buying* pada konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square. Untuk variabel *price discount* menggunakan teori dari Sutisna (2002), untuk variabel *bonus pack* menggunakan teori dari Andrew G. Person (2010) dan untuk variabel *impulse buying* menggunakan teori dari Verplanken dan Herabadi (2001).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, sehingga ditentukan jumlah sampel menggunakan rumus Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013) sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form* kepada konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square. Uji instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, teknik pengolahan data menggunakan analisis korelasi berganda dan analisis regresi linier berganda, dan untuk uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji determinasi (uji R²).

Hasil penelitian menunjukkan variabel *price discount* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *impulse buying* pada konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 10,256 lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,9847, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan standar yang ditetapkan yaitu 0,05. Variabel *bonus pack* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *impulse buying* pada konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 8,690 lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,9847, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan standar yang ditetapkan yaitu 0,05. Variabel *price discount* dan *bonus pack* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* secara simultan pada konsumen Matahari Department Store Ujung Berung Town Square. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji simultan (Uji f) menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 295,735 lebih besar dibandingkan dengan f_{tabel} sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan standar yang ditetapkan yaitu 0,05.

Kata Kunci : Price Discount, Bonus Pack, Impulse Buying