

## ABSTRAK

**Widi Aska Adela. NIM 3402190152. Pengaruh *Point Of Purchase* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus pada Toserba Gunasalma Kawali). Dibawah Bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing II)**

Seiring berkembangnya zaman banyak munculnya berbagai usaha dan peluang bisnis baru yang beroperasi di Indonesia. Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan yang cukup pesat yaitu bisnis ritel, dimana jumlah ritel di Indonesia terus bertambah seperti minimarker, supermarket, hypermarket dan bisnis ritel lainnya. Dari perkembangan ini menimbulkan istilah persaingan untuk menarik perhatian konsumen, sehingga setiap perusahaan berlomba-lomba membuat strategi pemasaran diantaranya yaitu *point of purchase* dan *price discount*. Banyaknya konsumen yang tertarik dengan adanya *point of purchase* dan *price discount*, membuat konsumen cenderung membeli produk tanpa berfikir panjang (*impulse buying*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Besarnya pengaruh *point of purchase* terhadap *impulse buying*, Besarnya pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying*, Besarnya pengaruh *point of purchase* dan *price discount* terhadap *impulse buying*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diperoleh dari penelitian ini sebanyak 100 responden untuk masing – masing variabel. Sedangkan untuk menganalisis data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode Analisis Regresi Sederhana, Analisis Regresi Berganda, Analisis Korelasi Sederhana, Analisis Korelasi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis menggunakan Uji signifikan (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *point of purchase* dan *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dengan besar pengaruh sebesar 26% dan untuk sisanya yaitu 74% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

**Kata kunci : *Point Of Purchase*, *Price Discount*, dan *Impulse Buying***