

ABSTRAK

Nurlaelatul Fitri. NIM. 3402200416. “Pengaruh *Display Product* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* (Suatu Studi Pada Konsumen Alfamart Sinartanjung)”. Dibawah Bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Enjang Nursolih, S.H., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada *display product* dan *price discount* terhadap *impulse buying* (Suatu Sudi pada Konsumen Alfamart Sinartanjung).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana pengaruh *display product* terhadap *impulse buying* pada konsumen Alfamart Sinartanjung? (2) Bagaimana pengaruh *price discout* terhadap *impulse buying* ada konsumen Alfamart Sinartanjung? (3) Bagaimana pengaruh *display product* dan *price discout* terhadap *impulse buying* pada konsumen Alfamart Sinartanjung? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan teknik survey. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan *Product Moment*, Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Regresi Berganda, Koefisien Korelasi Berganda, Determinasi, Uji Signifikan (Uji t), dan Uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan *display product* terhadap *impulse buying* pada konsumen Alfamart Sinartanjung, dibuktikan t hitung sebesar 2,286 dan kemudian dibandingkan dengan t tabel 1,660 sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan *price discount* terhadap *impulse buying* pada konsumen Alfamart Sinartanjung yang dibuktikan oleh t hitung sebesar 5,521 dan kemudian dibandingkan dengan t tabel 1,660, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima; (3) terdapat pengaruh positif *display product* dan *price discount* pada konsumen Alfamart Sinartanjung, dibuktikan dari nilai uji F adalah sebesar 15 sementara pada F hitung 3,09, maka H₀ ditolak dan H_a diterima artinya hipotesis yang diajukan dapat diterima dan teruji kebenarannya. Diharapkan untuk Alfamart Sinartanjung mempertahankan *display product* dan promo *price discount* sehingga akan meningkatkan penjualan dan memperbanyak konsumen.

Kata Kunci: *Display Product, Price Discount, Impulse Buying*