

## ABSTRAK

**GUNTUR PURNAMA, NIM. 3402200353. “Pengaruh *Discount Price* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* (Suatu Studi pada konsumen Eiger Adventure store Banjar)”. Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Kasman, Drs., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *discount price* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* (Suatu Studi pada konsumen Eiger Adventure store Banjar). Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu (1) Bagaimana pengaruh Discount Price terhadap Impulse Buying di Eiger Adventure Store Banjar. (2) Bagaimana pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying di Eiger Adventure Store Banjar. (3) Bagaimana pengaruh Discount Price dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying di Eiger Adventure Store Banjar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Untuk mengetahui pengaruh Discount Price terhadap Impulse Buying di Eiger Adventure Store Banjar. (2) Untuk mengetahui pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying di Eiger Adventure Store Banjar. (3) Untuk mengetahui pengaruh Discount Price dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying di Eiger Adventure Store Banjar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. 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 *discount price* dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dengan besarnya pengaruh sebesar 44% dan sisanya 56% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *discount price* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying*. Dari hasil perhitungan analisis koefisien korelasi berganda memiliki tingkat hubungan yang kuat, artinya jika *discount price* dan *shopping lifestyle* pada suatu toko dilakukan dengan optimal maka *impulse buying* akan meningkat.

**Kata Kunci:** *Discount Price*, *Shopping Lifestyle*, dan *Shopping Lifestyle*.