

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *E-MARKETING* TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR***

**(Suatu Studi pada Konsumen Eiger Adventure Store Ciamis)**

**ARTIKEL**

**Disusun untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**

Oleh,

**DESI JULIANTI  
NIM. 3402180276**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

**2022**

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *E-MARKETING* TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR***

**(Suatu Studi pada Konsumen Eiger Adventure Store Ciamis )**

Desi Julianti

Fakultas Ekonomi Univeritas Galuh

desijulianti10014@gmail.com

**ABSTRAK**

**Desi Julianti, NIM. 3402180276. “Pengaruh *Price Discount* dan *E-Marketing* Terhadap *Impulse Buying Behavior* (Suatu Studi pada Konsumen Eiger Adventure Store Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, Dra., M.M. (Pembimbing I) dan H. Roni Marsina Suhendi, SE., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada *price discount* dan *e-marketing* terhadap *impulse buying behavior* (Suatu Studi pada Konsumen Eiger Adventure Store Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi (1) Bagaimana pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying behavior* pada Eiger Adventure Store Ciamis (2) Bagaimana *e-marketing* terhadap *impulse buying behavior* pada Eiger Adventure Store Ciamis (3) Bagaimana pengaruh *price discount* dan *e-marketing* terhadap *impulse buying behavior* pada Eiger Adventure Store Ciamis. Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengetahui pengaruh *price discount* terhadap terhadap *impulse buying behavior* pada Eiger Adventure Store Ciamis. (2) Mengetahui pengaruh *e-marketing* terhadap terhadap *impulse buying behavior* pada Eiger Adventure Store Ciamis (3) Mengetahui pengaruh *price discount* dan *e-marketing* terhadap terhadap *impulse buying behavior* pada Eiger Adventure Store Ciamis. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Deskriptif dan Verifikatif meliputi Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Sederhana, Analisis Regresi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *price discount* dan *e-marketing* terhadap *impulse buying behavior* memiliki hubungan yang kuat. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *price discount* dan *e-marketing* secara simultan terhadap *impulse buying behavior* pada konsumen Eiger Adventure Store Ciamis. Artinya bahwa semakin baik *price discount* dan *e-marketing* maka *impulse buying behavior* akan meningkat. Sebaiknya ada peneliti lain yang melakukan penelitian lebih lanjut sehubungan dengan variabel pembahasan lain yang dapat mempengaruhi *Impulse buying behavior* pada konsumen seperti pemberian eksperimental marketing, kualitas pelayanan dan lain sebagainya agar dapat menyempurnakan hasil penelitian

**Kata Kunci: *Price Discount, E-Marketing, dan Impulse Buying Behavior***