

ABSTRAK

Imel Malinda Hidayat. NIM. 3402190416. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* (Suatu studi kasus pada Indomaret Cikabuyutan Kota Banjar). 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 *price discount* dan *bonus pack* terhadap *impulse buying* (Studi Kasus pada Indomaret Cikabuyutan Kota Banjar).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana *price discount* berpengaruh terhadap *impulse buying* di toko Indomaret Cikabuyutan Kota Banjar? (2) Bagaimana *bonus pack* berpengaruh terhadap *impulse buying* di toko Indomaret Cikabuyutan Kota Banjar? (3) Bagaimana *price discount* dan *bonus pack* berpengaruh terhadap *impulse buying* di toko Indomaret Cikabuyutan Kota Banjar?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan teknik survey. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Sederhana *Product Moment*, Determinasi, Uji Signifikan (Uji t), Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Regresi Berganda, Koefisien Korelasi Berganda dan Uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan *price discount* terhadap *impulse buying* pada pelanggan minimarket Indomaret, dibuktikan t hitung sebesar 2,686 dan kemudian dibandingkan dengan t tabel 1,661 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan yang dibuktikan oleh t hitung sebesar 2,393 dan kemudian dibandingkan dengan t tabel 1,661, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak; (3) terdapat pengaruh positif *price discount* dan *bonus pack* pada pelanggan minimarket Indomaret, dibuktikan dari nilai uji F adalah sebesar 6,307 sementara pada F 3,090, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya hipotesis yang diajukan dapat diterima dan teruji kebenarannya.

Diharapkan untuk minimarket Indomaret Cikabuyutan kota Banjar mempertahankan promo *price discount* dan *bonus pack* sehingga akan meningkatkan penjualan dan memperbanyak pelanggan.

Kata Kunci: *Price Discount, Bonus Pack, Impulse Buying*