

## ABSTRAK

**FADEL MUHAMMAD, 1202717/2012** Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *In-Store Display* terhadap *Impulse Buying* pada pelanggan Supermarket SJS Plaza Padang.

**Pembimbing I : Prof.Dr.Yunia Wardi M,Si**

**Pembimbing II : Whyosi Septrizola SE, MM**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying*. (2) Pengaruh *bonus pack* terhadap *impulse buying*. (3) Pengaruh *in-store display* terhadap *impulse buying*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kausatif. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan Supermarket SJS Plaza Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah di uji validitan dan reliabilitasnya, dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Price discount* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*, terbukti dari nilai t hitung sebesar 2,661, signifikansi  $0,009 < 0,05$  dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,370. (2) *Bonus pack* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*, terbukti dari nilai t hitung sebesar 3,195, signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,624. (3) *In-store display* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*, terbukti dari nilai t hitung sebesar 2,105, signifikansi  $0,038 < 0,05$  dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,386.

**Kata kunci : *Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display, Impulse Buying***