ABSTRAK

Pengaruh Promosi Penjualan dan Suasana Toko terhadap Pembelian Tidak Terencana pada Pelanggan Matahari *Departement Store*di Sentral Pasar Raya Padang

Oleh: Widya Frima Nanda

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis 1.Pengaruh promosi penjualan terhadap pembelian tidak terencana. 2. Pengaruh suasana toko terhadap pembelian tidak terencana pada Pelanggan Matahari di Sentral Pasar Raya Padang.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Matahari di Sentral Pasar Raya Padang. Sedangkan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling.* Sehingga sampel yang dihasilkan sebesar 100 orang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang terpilih. Penelitian ini memiliki dua kategori variabel. Pertama adalah variabel *independent* yaitu promosi penjualan dan suasana toko. Kedua variabel *dependent* yaitu pembelian tidak terencana (*impulse buying).* Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif melalui analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.Promosi penjualan berpengaruh signifikan sebesar 0,40. Suasana toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian yang tidak terencana sebsesar 0,00 pada pelanggan Matahari di Sentral Pasar Raya Padang.