ABSTRAK

Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack,* dan *Display* Toko terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan SPAR Ramayana di Plaza Andalas Padang

Oleh: Wulandari Erisa Putri

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *price discount*, *bonus pack,* dan *display* toko terhadap *impulse buying* pada pelanggan SPAR Ramayana di Plaza Andalas Padang.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan SPAR Ramayana di Plaza Andalas Padang dan jumlahnya tidak diketahui.Sedangkan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan metode *accidental 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 *price discount*, *bonus pack,* dan *display* toko. Kedua variabel *dependent* yaitu *impulse buying.*Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif melalui analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price discount, bonus pack,* dan *display* toko berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pelanggan SPAR Ramayana di Plaza Andalas Padang.