

## ABSTRAK

### **Pengaruh Promosi Penjualan dan *Personal Selling* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Konsumen *Suzuya Department Store and Supermarket* Padang**

**Oleh: Oktrima Syuhada**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) Pengaruh promosi penjualan terhadap *impulse buying behavior* konsumen, dan (2) Pengaruh *personal selling* terhadap *impulse buying behavior* konsumen.

Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini menggambarkan dan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif melalui analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.00. Hipotesis diuji dengan uji F dan uji T pada  $\alpha=0,05$ .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* konsumen, dan (2) *Personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* konsumen.