

## ABSTRAK

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price discount* dan *in store display* terhadap *impulsive buying* pada konsumen di Indomaret Karang Sari Lumajang.

**Metode Penelitian:** Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan *accidental sampling* yang berjumlah 96 responden. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret Karang Sari Lumajang. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 16.0 dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis.

**Hasil:** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *price discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, sedangkan variabel *in store display* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*.

**Kata Kunci:** *Price Discount*, *InStore Display*, dan *Impulsive Buying*



## ABSTRACT

**Purposes:** This study aims to determine the effect of price discounts and in store displays on impulsive buying on consumers at Indomaret Karang Sari Lumajang.

**Method:** The research method used is a quantitative research method with multiple linear analysis. The sampling technique used non-probability sampling with the determination of the number of samples using accidental sampling, totaling 96 respondents. Data obtained by distributing questionnaires to consumers who have shopped at Indomaret Karang Sari Lumajang. Data processing using SPSS software version 16.0 with descriptive analysis and hypothesis testing.

**Result:** The results of this study indicate that the price discount variable has no significant effect on impulsive buying, while the in store display variable has a significant effect on impulsive buying.

**Keyword:** Price Discount, In Store Display, and Impulsive Buying

