

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
PADA PELANGGAN SWALAYAN SURYA TIRTAYASA BANDAR
LAMPUNG

Oleh

Della Melysa

ABSTRAK

Salah satu industri yang sangat berkembang saat ini yaitu industri ritel, yang semakin hari persaingannya semakin kompetitif. Banyaknya industri ritel saat ini menyebabkan masyarakat memiliki lebih banyak alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan tidak mengetahui bagaimana cara pemasaran yang tepat, maka memungkinkan perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk dapat menjangkau konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi penjualan yang terdiri dari potongan harga, muatan ekstra dan beli 1 gratis 1 terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung. Metode analisis statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda, pengujian signifikan simultan (uji F), pengujian signifikan parsial (uji t), dan analisis koefisien determinasi (Adjusted R²). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Potongan Harga (X₁), Muatan Ekstra (X₂) dan Beli 1 gratis 1 (X₃) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Pembelian Impulsif (Y) pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa Bandar Lampung.

Kata kunci : Promosi penjualan, Pembelian impulsif

*THE INFLUENCE OF SALES PROMOTIONS ON IMPULSE BUYING
PURCHASE OF CUSTOMERS SELF-SERVICE SURYA TIRTAYASA BANDAR
LAMPUNG*

By

Della Melysa

ABSTRACT

One industry that is growing today is the retail industry, which is the day the competition is getting competitive. The number of retail industry today causes people have more alternatives to meet their needs. If the company is not sensitive to what is needed by consumers and do not know how the right marketing, it enables the company will lose a lot of opportunities to be able to attract customers. This study aims to determine how the influence of sales promotion consists of discount, bonus pack and buy 1 get 1 free on impulse purchases at the customers Supermarket Surya Tirtayasa Bandar Lampung. The sampling method in this study using purposive sampling method. The population in this study is the visitors Supermarkets Surya Tirtayasa Bandar Lampung. Statistical analysis method used is multiple linear regression, simultaneous significant testing (test F), significant testing partially (t test), and coefficient of determination (adjusted R^2). The results showed that: Discount (X_1), Bonus Pack (X_2) and the Buy 1 Get 1 Free (X_3) has a significant influence on Impulsive Purchases variable (Y) customers Supermarkets Surya Tirtayasa Bandar Lampung.

Keywords: Sales promotions, impulse buying