

ABSTRAK
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENATAAN PRODUK
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF
(Studi pada Toko Distro Nimco Royal Store Yogyakarta)

Bonifasius Tigana
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan penataan produk terhadap perilaku pembelian impulsif pada toko Distro Nimco Royal Store Yogyakarta. Populasi dalam ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke toko Distro Nimco Royal Store, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah berusia 17 tahun keatas dengan sampel sebanyak 103 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan teknik Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, dan penataan produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci :promosi penjualan, penataan produk, pembelian impulsif.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF PROMOSI PENJUALAN AND PENATAAN PRODUK
TOWARD PEMBELIAN IMPULSIF***

(Study on Nimco Royal Store Yogyakarta Distro Store)

Bonifasius Tigana

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2020

This study aims to determine the effect of sales promotion and product display on impulse buying behavior at the Nimco Royal Store Yogyakarta Distro store. The population in this are consumers who have visited the Nimco Royal Store, the sample in this study are consumers who are aged 17 years and over with a sample 103 respondents. The sampling technique is non probability sampling. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis method uses the technique of Multiple Linear Regression, Classic Assumption Test, t Test, F Test. The results showed that Sales Promotion significantly influenced impulse buying, and display productsignificantlyinfluencedImpulse Buying.

Keywords :Sales Promotion, Product Display, Impulse Buying.