

PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *IN-STORE DISPLAY* TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* PADA BJ HOME YOGYAKARTA

Eko Handoyo

Abstrak

Pesatnya bisnis ritel di Yogyakarta membuat persaingan antar peritel semakin meningkat. Salah satu cara untuk menarik para konsumen dengan cara promosi penjualan di dalam toko. Promosi penjualan di dalam toko akan membuat impulse buying dari konsumen semakin mudah terbentuk. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *price discount* dan *in-store display* terhadap keputusan *impulse buying*. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua konsumen yang pernah atau sedang melakukan pembelian ke BJ Home Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner yang memberikan daftar dan uji determinasi (R^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan pada BJ Home Yogyakarta *price discount* dan *in-store display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *impulse buying*.

Kata Kunci : *Price Discount, In-Store Display, Impulse Buying.*

**THE EFFECT OF PRICE DISCOUNT AND IN-STORE DISPLAY ON
IMPULSE BUYING DECISION AT BJ HOME YOGYAKARTA**

Eko Handoyo

Abstract

The rapid retail business in Yogyakarta makes competitions between retailers increasing. One way to attract consumers is by doing instore sales promotion. Instore sales promotion will make impulse buying from consumer easier to form. Therefore, this study is conducted to examine the effect of price discount and instore display on impulse buying decision. In this study, the population is all consumers who have or are currently making purchases at BJ Home Yogyakarta. Samples was taken by 100 respondents. The data collection technique used in this study is distributing questionnaires that provide a list and test of determination (R²). The result of the analysis showed that based on the result of research conducted at BJ Home Yogyakarta, the price discount and in-store display have a positive and significant effect on impulse buying decision.

Keywords : *Price Discount, In-Store Display, Impulse Buying.*