

PENERAPAN *IMPULSE BUYING* PADA TOKO BANGUNAN SURYA ALAM WONOSOBO BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN

Bagas Adifirmansyah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan *impulse buying* yang ada di Toko Bangunan Surya Alam Wonosobo berdasarkan persepsi dari para konsumen. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif dengan melalui metode analisis deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan pada suatu populasi atau sampel tertentu. Sampel yang digunakan untuk mewakili populasi yang ada adalah konsumen yang berbelanja kebutuhan material bahan bangunan di Toko Bangunan Surya Alam Wonosobo berdasarkan keinginan dan kehendaknya sendiri, dan bukan atas dasar pesanan atau perintah dari orang lain. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* sejumlah 100 responden. Kemudian data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan metode analisis statistik deskriptif. Hasil analisis pada penelitian penerapan *impulse buying* pada Toko Bangunan Surya Alam Wonosobo berdasarkan persepsi konsumen, dengan indikator *spontaneity*, *out of control*, *psychology conflict*, *non cognitive evaluation*, dan *disregard of consequences* menunjukkan jawaban pada kategori setuju, yang artinya bahwa indikator-indikator tersebut mampu mempengaruhi konsumen untuk memutuskan suatu pembelian produk secara tiba-tiba, konsumen mengutamakan kepuasan jangka pendek, konsumen tidak mampu menahan hasrat dan menunda pemberian reward pada diri sendiri, dan merasa perlu mempertimbangkan manfaat yang diperoleh berdasarkan kepuasan sesaat dengan konsekuensi jangka panjang yang mungkin terjadi setelah konsumen melakukan pembelian.

Kata Kunci: *Impulse Buying dan Persepsi Konsumen.*

 8/9 '21

APPLICATION OF IMPULSE BUYING IN WONOSOBO SOLAR NATURAL BUILDING SHOP BASED ON CONSUMER PERCEPTION

Bagas Adifirmansyah

Abstract

This study aims to determine how the implementation of impulse buying in the Surya Alam Wonosobo Building Shop based on the perceptions of consumers. This research belongs to the type of quantitative research with descriptive analysis method. Quantitative research is a research method based on the philosophy of positivism that is used in a particular population or sample. The sample used to represent the existing population are consumers who shop for building material needs at the Surya Alam Wonosobo Building Shop based on their own wishes and desires, and not on the basis of orders or orders from others. The sampling technique used in this research is purposive sampling with a total of 100 respondents. The data obtained were then processed by descriptive statistical analysis method. The results of the analysis on the research application of impulse buying at the Surya Alam Wonosobo Building Store based on consumer perceptions, with indicators of spontaneity, out of control, psychology conflict, non cognitive evaluation, and disregard of consequences showed the answer in the agreed category, which means that these indicators are able to influence consumers to decide on a product purchase suddenly. Consumers prioritize short-term satisfaction, consumers are unable to resist the desire and delay rewarding themselves, and feel the need to consider the benefits obtained based on momentary satisfaction with long-term consequences that may occur after consumers make a purchase.

Keyword: *Impulse Buying and Consumer Perceptions*