

Judul Penelitian : Pengaruh *Discount*, *Store Layout* Dan *Display Product* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Konsumen Pakaian Brand “ADA” Di Kediri

Dosen Pembimbing : Dr. Edwin Agus Buniarto, S.E, M.M
Rafikhein Novia Ayuanti, S.E. M.M
Nama Mahasiswa : Fitria Melynda
NPM : 19130210072

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *discount*, *store layout* dan *display product* terhadap *impulsive buying* pada konsumen pakaian brand “ADA” di Kediri. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 153 responden. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan program SPSS 25 dalam proses analisis data. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil uji t, *discount*, *store layout* dan *display product* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pada konsumen pakaian brand “ADA” di Kediri secara parsial. Berdasarkan hasil uji F, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $101,276 > F$ tabel sebesar 2,67 dengan signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *discount*, *store layout* dan *display product* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pada konsumen pakaian brand “ADA” di Kediri. Sedangkan besarnya sumbangan yang diberikan variabel *discount*, *store layout* dan *display product* terhadap *impulsive buying* pada konsumen pakaian brand “ADA” di Kediri adalah sebesar 67,1% yang diketahui dari hasil uji koefisien determinasi.

Kata Kunci : *Discount*, *Store Layout*, *Display Product* dan *Impulsive Buying*.