

ABSTRACT

Refin Handika Wijaya 14051125 .The effect of discounts, product displays and promotion of the decision to buy not planned (a study of consumers drink packaging in Alfamart Sedayu Yogyakarta) under the guidance of Dr .Hamzah Gunawan M.M . The faculty of Economics University Mercu Buana Yogyakarta .This study attempts to analyze and explain the influence of discount, display product and promotion to unplanned purchases. This research using the kind of quantitative approach .Sample that used are 80 respondents which is consumers of Alfamart Sedayu by using unplanned purchase. The data that use is primary and secondary through the questionnaire, observation and or documentation literature .The analysis that use is analytics linear regression multiple .The result of research shows that: discount significant to unplanned purchase. Product displays significant to purchase not planned, promotion not affect significantly to purchase not planned and in discount together, product displays and promotion significant to unplanned purchase thus management Alfamart should improve the promotion sale to make the consumers feel safe and happy raising unplanned purchase.

Keywords: discount, product displays, promotion, unplanned purchase

ABSTRAK

Refin Handika Wijaya 14051125. Pengaruh Diskon, Display Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Studi Pada Konsumen Minuman Kemasan di Alfamart Sedayu Yogyakarta) di bawah bimbingan Dr. Hamzah Gunawan M.M. Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Diskon, Display Produk dan promosi terhadap Pembelian Tidak Terencana. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 80 responden yang merupakan konsumen Alfamart Sedayu yang melakukan pembelian tidak terencana. Data yang di gunakan adalah primer dan sekunder melalui Kuesioner, Observasi dan kepustakaan atau dokumentasi. Alat analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: Diskon berpengaruh signifikan Terhadap Pembelian Tidak Terencana, Display Produk berpengaruh signifikan Terhadap Pembelian Tidak Terencana, Promosi Tidak berpengaruh signifikan Terhadap Pembelian Tidak Terencana dan Secara bersama-sama Diskon, Display Produk dan Promosi berpengaruh signifikan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Dengan demikian manajemen Alfamart sebaiknya meningkatkan Promosi Penjualan agar konsumen merasa nyaman dan senang sehingga meningkatkan Pembelian Tidak Terencana.

Kata kunci : Diskon, Display Produk, Promosi, Pembelian tidak terencana