

## ABSTRAK

### **PENGARUH SALES PROMOTION DAN INTERIOR DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING**

**Studi Pada Konsumen Adele Accessories Babarsari Yogyakarta**

Wiwinda Rosari

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) *sales promotion* berpengaruh pada *impulse buying*, 2) *interior display* berpengaruh pada *impulse buying*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Adele Accessories Babarsari Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability*, data diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji F dan uji T menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 22*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *sales promotion* berpengaruh secara positif dalam menciptakan *impulse buying* pada konsumen yang ada di toko Adele Accessories Babarsari Yogyakarta, 2) *interior display* berpengaruh secara positif dalam menciptakan *impulse buying* konsumen yang ada di toko Adele Accessories Babarsari Yogyakarta,

Kata Kunci : *Sales Promotion*, *Interior display* dan *Impulse Buying*

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION AND INTERIOR DISPLAY TOWARDS IMPULSE BUYING

**A Study on Consumers of Adele Accessories of Babarsari - Yogyakarta**

Wiwinda Rosari

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2019

This research aims to determine whether: 1) sales promotion influences impulse buying, 2) interior display influences impulse buying. Population in this research is all consumers of Adele Accessories of Babarsari - Yogyakarta. Technique of sampling used Non Probability method, data was collected using questionnaires. Samples that was used in this research were 100 respondents. Data analysis technique that was used in this research was Multiple Linear Regression, F test and T test using IBM SPSS Statistic 22 application. The results of the research showed that: 1) sales promotion had a positive influence towards impulse buying for consumers in Adele Accessories of Babarsari - Yogyakarta, 2) interior display had a positive influence towards impulse buying for consumers in Adele Accessories of Babarsari – Yogyakarta.

Keywords: Sales Promotion, Interior Display, and Impulse Buying