

## ABSTRAK

### **PENGARUH SALES PROMOTION DAN DESAIN ANTARMUKA APLIKASI TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR PENGGUNA LAYANAN GOFOOD (Studi pada Pengguna Aplikasi GOJEK di Kota Yogyakarta)**

Benedictus Mega Kristianto

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* dan desain antarmuka aplikasi terhadap *impulse buying behavior* pengguna layanan GoFood. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap populasi pengguna aplikasi GOJEK yang tinggal di kota Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *incidental sampling*. Metode pengujian instrumen yang digunakan adalah pengujian Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda menggunakan program SPSS *Statistic 26*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *sales promotion* dan desain antarmuka aplikasi berpengaruh terhadap *impulse buying behavior*.

Kata kunci: *sales promotion*, desain antarmuka aplikasi, *impulse buying behavior*.

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION AND APPLICATION  
INTERFACE DESIGN TOWARDS IMPULSE BUYING BEHAVIOR OF  
GOFOOD USER (STUDY ON GOJEK APPLICATION USER IN YOGYAKARTA  
CITY)***

*Benedictus Mega Kristianto*

*Universitas Sanata Dharma*

*Yogyakarta*

*2020*

*The research aims to determine the influence of sales promotion strategy and application interface design towards impulse buying behavior of GoFood user. Data was collected through questionnaire from the population of GOJEK application user who is living on Yogyakarta city. Sampling technique that used in this research is incidental sampling. In testing the instrument, the validity and reliability test are employed. Data analysis technique in this research is multiple linear regression using SPSS statistic 26. The result of this research show that sales promotion strategy and application interface design has positive influence towards impulse buying behavior.*

*Keywords: sales promotion, application interface design, impulse buying behavior.*