

INTISARI

Penelitian ini mengenai “Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Promosi Penjualan Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Tidak Terencana”.

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi konsumen pada promosi penjualan berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku pembelian tidak terencana. Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi konsumen pada potongan harga, undian, paket harga (promosi penjualan) berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap kecenderungan perilaku pembelian tidak terencana. Penelitian ini menggunakan 100 sampel konsumen yang pernah berbelanja di pasar modern (*minimarket, supermarket dan hypermarket*) di Yogyakarta. Data dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik regresi berganda. Penelitian ini menemukan bahwa 1) Ada pengaruh persepsi konsumen pada promosi penjualan terhadap kecenderungan perilaku pembelian tidak terencana. 2) Persepsi konsumen pada potongan harga, undian dan paket harga (promosi penjualan) memiliki pengaruh secara simultan terhadap kecenderungan perilaku pembelian tidak terencana. 3) Persepsi konsumen pada potongan harga dan undian memiliki pengaruh secara parsial terhadap kecenderungan perilaku pembelian tidak terencana

Kata kunci:

pengaruh, persepsi, konsumen, promosi, penjualan, pembelian, tak terencana

ABSTRACT

The title of the research was ***“The Effect of Consumer Perception on Sales Promotion to The Tendency of Unplanned Purchasing Behaviour”***. The main purpose of this research were to determined if consumer perception on the sales promotion has any effect to the tendency of unplanned purchasing behaviour. The specific purpose of this research is to determined if consumer perception on the discount, drawing and bonus pack (sales promotion) affect simultaneously or partially, to the tendency of unplanned buying behaviour. The research was done using 100 consumer as samples that have been shopping on modern market (minimarket, supermarket, hypermarket) in Yogyakarta. The data was analyzed using multiple regression statistic analyzer tool. This research indicated that 1) There is an effect of consumer perception on sales promotion to the tendency of unplanned buying behaviour. 2) Consumer perception on the discount, drawing and bonus pack (sales promotion) have the simultaneously to the tendency of unplanned buying behaviour. 3) Consumer perception on the discount, drawing, have the partially to the tendency of unplanned buying behaviour.

Keyword

Effect, perception, consumer, promotion, selling, buying, unplanned