

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di *Giant Suncity* Sidoarjo. Faktor-faktor tersebut adalah *display*, *price discount* dan *bonus pack*. Untuk data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 37 responden menggunakan metode *accidental sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan memilih orang-orang yang mudah ditemui. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis dari pengaruh *display*, *price discount*, dan *bonus pack* terhadap keputusan pembelian konsumen, dapat disimpulkan bahwa *display*, *price discount*, dan *bonus pack* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

$$Y = 0,356 + 0,272 X_1 + 0,412 X_2 + 0,282 X_3$$

Hasil analisis menyimpulkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *display* sebesar 0,272, variabel *price discount* sebesar 0,412, variabel *bonus pack* sebesar 0,282, dan variabel keputusan pembelian konsumen sebesar 0,356. Hasil uji t variabel *display* sebesar $2,132 \geq 2,023$ (t hitung \geq t tabel), variabel *price discount* sebesar $4,171 \geq 2,023$ (t hitung \geq t tabel) dan variabel *bonus pack* sebesar $2,073 \geq 2,023$ (t hitung \geq t tabel) artinya bahwa ketiga variabel independen yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. kemudian melalui uji F diketahui bahwa variabel *display*, *price discount*, dan *bonus pack* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai F hitung sebesar $37,110 \geq 3,24$ (F hitung \geq F tabel). Pada penelitian ini variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen adalah variabel *price discount*. Dan Nilai R^2 sebesar 0,771 menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel *display*, *price discount*, dan *bonus pack* dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 77,1%. sedangkan sisanya 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : *display*, *price discount*, *bonus pack*, dan keputusan pembelian konsumen