

## ABSTRAK

Swalayan merupakan salah satu sarana pemasaran produk perusahaan. Suatu tempat kegiatan pemasaran yang menyediakan beraneka macam jenis produk dari perusahaan (selaku produsen). Aktifitas belanja saat ini tidak hanya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan sehari-hari tetapi sudah menjadi gaya hidup. Aktifitas belanja beralih fungsi menjadi gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh *price discount*, *sales promotion*, *website quality*, dan *in-store display* terhadap *impulse buying* di toko Ria Swalayan Sedati

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh customer yang ada didalam Ria Swalayan Sedati yang melakukan transaksi pembelian. Sampel pada penelitian ini berjumlah 50 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengujian dengan analisis regresi linier.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan. Peneliti telah memperoleh hasil penelitian yaitu, variabel *price discount*, *sales promotion*, dan *website quality* telah memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *impulse buying*. Hasil penelitian berikutnya telah menunjukkan bahwa, *in-store display* memiliki pengaruh negatif, dan signifikan secara parsial terhadap *impulse buying*.

**Kata Kunci:** *Price Discount, Sales Promotion, Website Quality, In-store Display dan Impulse Buying.*

## ABSTRACT

*Supermarkets are a means of marketing the company's products. A place for marketing activities that provide various types of products from the company (as the producer). Today's shopping activities are not only to fulfill daily wants and needs but have become a lifestyle. Activities switch functions into a lifestyle. This study aims to determine the effect of price discounts, sales promotions, website quality, and in-store displays on impulse buying at Ria Swalayan Sedati stores.*

*This research is a descriptive research with a quantitative approach. The population of this research is all customers in Ria Swalayan Sedati who make purchase transactions. The sample in this study amounted to 50 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used is testing with linear regression analysis.*

*Results Based on research that has been done in the field. Researchers have obtained research results, namely, price discount, sales promotion, and website quality variables have a positive and partially significant effect on impulse buying. The results of the next study showed that display in the store had a negative, and partially significant, effect on impulse buying.*

**Keyword: Price Discount, Sales Promotion, Website Quality, In-store Display dan Impulse Buying.**