

Pengaruh sikap konsumen pada promosi penjualan terhadap perilaku pembelian impulsif (studi pada promosi penjualan dan desain kemasan sabun cair Dettol di Carrefour ITC Depok) = The Influence of consumer attitude on sales promotions towards impulsive buying behavior (studies about sales promotion and design packaging on Dettol's liquid soap at Carrefour ITC Depok)

Shienny Anggraini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20296729&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Di saat pertumbuhan ekonomi sekarang ini, kebutuhan konsumen semakin bervariasi dan belanja tidak hanya untuk mendapatkan barang yang diperlukan atau untuk memenuhi kebutuhan. Dalam pemenuhan kebutuhannya, konsumennya melakukan pembelian secara spontan atau tidak direncanakan yang disebut dengan pembelian impulsif. Penelitian ini ingin melihat pengaruh promosi penjualan produk terhadap pembelian impulsif dalam studi produk sabun cair Dettol kemasan isi ulang. Selain itu penelitian ini diadakan untuk mengetahui hubungan desain kemasan sebagai variabel kontrol terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivis, metode kuantitatif, dan bersifat eksplanatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survey dengan teknik non probabilita dengan cara purposive sampling yang disebar di supermarket Carrefour ITC Depok. Hasil penelitian ditemukan bahwa konsumen memiliki sikap positif pada promosi penjualan mempengaruhi pembelian impulsif. Selain itu adanya pengaruh persepsi positif pada desain kemasan terhadap pembelian impulsif.

.....Economic growth led to the variety of consumer needs. To fulfill their needs, they usually make purchases spontaneous or unplanned which called impulse buying. This research would like to see the effect of sales promotions of products towards the impulse buying behavior in Dettol's liquid soap. Beside that, this research would like to see the relation of design packaging as control variable with impulse buying. This research uses a post-positivist paradigm, quantitative methods, and the character of this research is explanative. In compiling data, the reseacher uses survey method with non-probability techniques and purposive sampling, which is distributed in the Carrefour ITC Depok. The researcher found that consumers who have positive attitudes to the sales promotion can influence impulse buying. Beside that, there is an effect from positive perception with the package design towards impulse buying.