

ABSTRAK

Meila Rohmawati, “Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* Dan *In Store Display* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Hypermart Kudus”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017.

Pesatnya bisnis ritel di Indonesia membuat persaingan diantara ritel menjadi lebih ketat, faktor promosi menjadi salah satu kunci untuk terus menciptakan dan mempertahankan pelanggan. *Price discount*, *bonus pack* dan *in store display* merupakan promosi penjualan yang sering digunakan untuk merangsang konsumen melakukan *impulse buying*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *snowball sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 90 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik kemudian diuji untuk mendapatkan persamaan regresi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa *price discount*, *bonus pack* dan *in store display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci: *Price Discount*, *Bonus Pack*, *In Store Display*, *Impulse Buying*.