

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *IMPULSEBUYING* PADA MEREK HAMMER PLAZA
ANDALAS DI KOTA PADANG**

Harbarefna Randi Sudirman¹, Lindawati,S.E.,M.Si²,Purbo Jadmiko,S.E.,M.Sc³
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
E-mail: harbarefna@gmail.com,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price discount* dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Hammer di kota Padang sebanyak 138 responden. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah SPSS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik analisis meliputi: uji validitas dan reliabilitas. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien *price discount* sebesar 0,168 dengan nilai signifikansi 0,046 yang artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dan nilai koefisien *store atmosphere* sebesar 0,670 dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer merek Hammer di kota Padang.

Kata Kunci: *Price Discount, Store Atmosphere, Impulse Buying*

***THE EFFECT OF PRICE DISCOUNT AND STORE ATMOSPHERE ON
IMPULSE BUYING BRAND HAMMER CUSTOMER IN PLAZA ANDALAS
PADANG CITY.***

Harba Refna Randi¹, Lindawati, S.E., M.Si², Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc³
Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University
E-mail: harbarefna@gmail.com,

ABSTRACT

This study aims to see the effect of price discount and store atmosphere on impulse buying. This study uses a data learning method with a questionnaire. The population and sample used in this study were 138 Hammer customers in the city of Padang. The data analysis method in this research is SPSS. The hypothesis in this study was tested using analytical techniques which include: validity and reliability tests. From the test results it can be ignored that the value of the price discount coefficient is 0.168 with a significance value of 0.046, which means that it has a positive and significant effect on impulsive purchases and the store atmosphere coefficient value is 0.670 with a significance value of 0.000 which means that it has a positive and significant effect on Hammer brand customers in the city of Padang.

Keywords: Price Discount, Store Atmosphere, Impulse Buying