

ABSTRAK

Ahmad Hanif Al-Qindi, Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack*, *Instore Display*, *Brand Image* Dan Keragaman Produk Batik terhadap *Impluse Buying* Pada Konsumen Batik UD. Al-Barokah Sumenep di Bawah Bimbingan Nirma Kurriwati, S.P., M.SI.

UD AL- BAROKAH Sumenep, sebagai pusat perbelanjaan batik di kabupaten sumenep yang secara langsung memperlihatkan hasil produk batiknya kepada konsumen. Pusat perbelanjaan batik yang berdiri awal tahun 2015 mengedepankan konsep awal perbelanjaan konsumen masarakat lokal, dengan menyuguhkan berbagai desain dan corak yang beraneka ragam mulai dari desain tradisional (Madura), perpaduan madura dan jawa serta batik modern.

Tujuan penelitian bertujuan 1) untuk Menganalisis pengaruh *price discount* terhadap *impluse buying* pada konsumen batik UD. Al-Barokah Sumenep. 2. Menganalisis pengaruh *bonus pack* terhadap *impluse buying* pada konsumen batik UD. Al-Barokah Sumenep. 3. Menganalisis pengaruh *instore display* terhadap *impluse buying* pada konsumen batik UD. Al-Barokah Sumenep. 4. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *impluse buying* pada konsumen batik UD. Al-Barokah Sumenep. 5. Menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap *impluse buying* pada konsumen batik UD. Al-Barokah Sumenep.

Metode penelitian pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan aplikasi SPSS For Windows 25, populasi dan sampel sebanyak 60 responden dengan Teknik analisis data Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Price discount*, *bonus pack*, *instore display*, *brand image* dan keragaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying*, pada UD. Al Barokah Sumenep mempunyai tingkat pengaruh signifikan

Kata Kunci : *Price discount*, *bonus pack*, *instore display*, *brand image* dan keragaman produk

ABSTRACT

Ahmad Hanif Al Qindi, Influence Price discount, Pack's bonus, Instore is display, Brand is Image And Batik terhadap's Product diversity Impluse Buying On Consumer Batiks On UD. Al Barokah Sumenep under Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

UD. Al- Barokah Sumenep. As shopping center of batik at regency Sumenep that straightforward show batik product result it to consumer. Shopping center batiks that standing early year 2015 advance expenditure startup concepts local society consumers, by treats various design and heterogeneous pattern beginning of traditional design (Madura), Madura's conjugate and java and modern batik.

To the effect research aims 1) to Menganalisis is influence price discount to impluse buying on consumer batiks UD. Al Barokah Sumenep. 2. Menganalisis is influence pack's bonus to impluse buying on consumer batiks UD. Al Barokah Sumenep. 3. Menganalisis is influence instore is display to impluse buying on consumer batiks UD. Al Barokah Sumenep. 4. Menganalisis is influence brand is image to impluse buying on consumer batiks UD. Al Barokah Sumenep. 5 Menganalisis is product diversity influence to impluse buying on consumer batiks UD. Al Barokah Sumenep.

Approachings observational method quantitative, with SPSS For's application purpose windows 25 population and sample as much 60 respondents with tech analisis bifilar linear regression data.

Result observationaling to point out that Price discount, pack's bonus, instore is display, brand is image and product diversity have influence that signifikan to impulse buying , on UD. Al Barokah Sumenep has to increase signifikan's influence

Key word: Price discount, pack's bonus, instore is display, brand is image and product diversity