

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Sales Promotion* terhadap perilaku *impulse buying* konsumen Alfamart Pasinan, Gresik. Latar Belakang Penelitian ini yaitu untuk dapat memberikan masukan, dorongan dan kemudahan dalam melakukan pengambilan keputusan yang lebih tepat. Khususnya perusahaan yang bergerak dalam industri ritel. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 orang dengan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah analisis linier sederhana. Hasil Penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *Sales promotion* terhadap *Impulse Buying* konsumen Alfamart Pasinan, Gresik.

Kata kunci: *Sales Promotion, Impulse Buying*

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of Sales Promotion of the behavior of impulse buying consumer Alfamart Pasinan, Gresik. The background of this research is to be able to provide input, encouragement and ease in making more precise decision making. Especially companies engaged in the retail industry. The population used in this study as much as 99 people with the sampling method in this study was non probability sampling, with a purposive sampling approach. Data retrieval using questionnaires and documentation. The method used in this research is a multiple linear analysis. The results of this research show there are positive and significant influences from Sales promotion to Impulse buying consumers Alfamart Pasinan, Gresik.

Keyword: *Sales Promotion, Impulse Buying*