

ABSTRAK

One of the causes of purchasing decisions is the influence of stimuli from the outlet environment. To analyse the effect of price discounts, bonus packs, and store atmosphere on purchasing decisions at Alfamart Mayang customers in Jember Regency. This type of research uses quantitative research, the method of analysis in this study is multiple linear regression analysis, the results of this study indicate that this conclusion is evidenced by the Purchase Decision (Y) of 1.977 which states that if the variables X1, X2 and X3 are equal to zero, namely Price Discount, Bonus Pack, and Store Atmosphere, the Purchase Decision is 1.977. The X1 coefficient of 0.267 means that every time there is an increase in variable X1 (Price Discount) by 1%, Impulse Buying increases by 0.267 or vice versa, every time there is a decrease in variable X1 (price Discount) by 1%, the Purchasing Decision decreases by 0.267. The X2 coefficient of 0.395 means that every time there is an increase in the X2 (Bonus Pack) variable by 1%, Impulse Buying increases by 0.395 or vice versa, every time there is a decrease in the X2 (bonus pack) variable by 1%, the Purchasing Decision decreases by 0.395. The X3 coefficient of 0.310 means that every time there is an increase in the X3 (Store Atmosphere) variable by 1%, Impulse Buying increases by 0.310 or vice versa, every time there is a decrease in the X3 (Store Atmosphere) variable by 1%, the Purchasing Decision decreases by 0.310. From what is above

ABSTRAK

Salah satu penyebab terjadinya Keputusan Pembelian merupakan pengaruh stimulus dari lingkungan gerai. Untuk menganalisis Pengaruh Price Diskon, Bonus Pack, dan Store Atmosfer terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Alfamart Mayang Kabupaten Jember. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesimpulan ini dibuktikan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 1,977 yang menyatakan jika variabel X1, X2 dan X3 sama dengan nol yaitu Price Discount, Bonus Pack, dan Store Atmosfer maka Keputusan Pembelian sebesar 1,977. Koefisien X1 sebesar 0,267 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Price Discount) sebesar 1% maka Impulse Buying meningkat sebesar 0,267 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 (price Discount) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian menurun sebesar 0,267. Koefisien X2 sebesar 0,395 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (Bonus Pack) sebesar 1% maka Impulse Buying meningkat sebesar 0,395 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 (bonus pack) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian menurun sebesar 0,395. Koefisien X3 sebesar 0,310 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X3 (Store Atmosfer) sebesar 1% maka Impulse Buying meningkat sebesar 0,310 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X3 (Store Atmosfer) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian menurun sebesar 0,310. Dari hal yang ada diatas dapat disimpulkan bahwasanya Price Discount, Bonus Pack, dan Store Atmosfer berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Alfamart Mayang Kabupaten Jember.