

ABSTRAK

Vinna Alea Ulfaresky 21101155310244. Manajemen (2025), "Model Keputusan Pembelian Melalui *Impulse Buying* Dengan *Price Discount* Terhadap Pengguna Shopee" di bawah Bimbingan Bapak Dr. Emil Salim, M.M dan Ibuk Nila Pratiwi, S.HI. MA. Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh *Sale Promotion* dan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Impulse Buying* sebagai Variabel Intervening pada pengguna Shopee. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pada mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2021 Universitas Putra Indonesia "YTPK" Padang. Hasil penelitian ini yaitu (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Sale Promotion* terhadap *Impulse Buying* pada pengguna Shopee. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* pada pengguna Shopee. (3) Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *Sale Promotion* terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Shopee. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Shopee. (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Impulse Buying* terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Shopee. (6) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Sale Promotion* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Impulse Buying* sebagai Variabel Intervening pada pengguna Shopee. (7) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Impulse Buying* sebagai Variabel Intervening pada pengguna Shopee.

Kata Kunci: *Sale Promotion, Price Discount, Impulse Buying, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Vinna Alea Ulfaresky 21101155310244. Management (2025), "Purchase Decision Model Through Impulse Buying With Price Discounts on Shopee Users" under the guidance of Mr. Dr. Emil Salim, M.M and Mrs. Nila Pratiwi, S.HI. MA. This study aims to test the extent of the influence of Sale Promotion and Price Discount on Purchase Decisions with Impulse Buying as an Intervening Variable on Shopee users. The sample in this study was 100 respondents from students majoring in Management, class of 2021, Universitas Putra Indonesia "YTPK" Padang. The results of this study are (1) There is a positive and significant influence between Sale Promotion on Impulse Buying on Shopee users. (2) There is a positive and significant influence between Price Discount on Impulse Buying on Shopee users. (3) There is a positive and insignificant influence between Sale Promotion on Purchase Decisions on Shopee users. (4) There is a positive and significant influence between Price Discount on Purchase Decisions on Shopee users. (5) There is a positive and significant influence between Impulse Buying on Purchase Decisions for Shopee users. (6) There is a positive and significant influence of Sale Promotion on Purchasing Decisions with Impulse Buying as an Intervening Variable for Shopee users. (7) There is a positive and significant influence of Price Discount on Purchasing Decisions with Impulse Buying as an Intervening Variable for Shopee users.

Keywords: *Sale Promotion, Price Discount, Impulse Buying, Decision Purchase*

