

NIDN : 1019087501

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh promosi penjualan shopee,gender,dan sifat materialisme terhadap impuls buying studi kasus pada mahasiswa FEB UPI-YPTK Padang. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel Independen yaitu promosi penjualan shopee,gender,dan sifat materialisme dan satu variabel Dependent Impulse buying. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi berganda. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu mahasiswa Manajemen FEB UPI-YPTK Padang.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh: (a) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengaruh Promosi penjualan dan Impulse buying dimana t -hitung lebih besar dari t -tabel atau tingkat signifikan lebih kecil (b) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Gender terhadap Impulse buying dimana t -hitung lebih kecil dari t -tabel atau tingkat signifikan lebih besar dari dari alpha. (c) Terdapat pengaruh positif dan signifikan sifat materialism terhadap Impulse buying dimana t -hitung lebih besar dari t -tabel atau tingkat signifikan lebih kecil dari dari alpha Kemudian berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) penulis berkesimpulan bahwa promosi penjualan gender dan sifat materialism

Terhadap impulse buying. Dan berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2).menunjukkan bahawa besarnya persentase kontribusi variabel Promosi Penjualan, Gender, dan Sifat Materialisme terhadap Impulse Buying.

Akhirnya penulis menyarankan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan bahwa promosi penjualan, gender, dan sifat materialism terhadap impulse buying

Kata Kunci : promosi penjualan gender dan sifat materialisme .

ABSTRAK

This study aims to determine how much influence shopee sales promotions, gender, and materialism have on impulse buying case studies on FEB UPI-YPTK Padang students. This study consists of three independent variables, namely shopee sales promotion, gender, and the nature of materialism and one dependent variable Impulse buying. The analytical method used is correlation analysis and multiple regression. The method of data collection in this study was to use a questionnaire filled out by respondents, namely FEB students UPI-YPTK Padang.

The results obtained based on the Partial Test (t test) obtained: (a) There is a positive and significant influence. The influence of sales promotion and impulse buying where the t-count is greater than t-table or the level is significantly smaller (b) There is a positive and significant effect Gender on impulse buying where the t-count is smaller than the t-table or the level is significantly greater than alpha. (c) There is a positive and significant effect of materialism on impulse buying where t-count is greater than t-table or significantly less than alpha. Then based on simultaneous hypothesis testing (Test F) the authors conclude that gender sales promotion and materialism Against impulse buying. And based on the coefficient of determination test (R^2), it shows that the percentage contribution of the variables of competence, professionalism and work discipline to productivity.

Finally, the author suggests to the company to be able to improve that sales promotion of gender and the nature of materialism on impulse buying

Keywords: gender sales promotion and the nature of materialism.