

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Lingkungan Toko Dan Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Umkm Omasemi Padang. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 81 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan Analisis Jalur.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Toko Dan Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Lingkungan Toko Dan Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Kontribusi variabel Lingkungan Toko Dan Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening berpengaruh sebesar 81,1% sedangkan sisanya sebesar 18,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Manajemen Perusahaan dapat meningkatkan Impulse Buying dengan meningkatkan Lingkungan Toko Dan Potongan Harga Dan Kepuasan Pelanggan pada Umkm Omasemi Padang melalui masing-masing indikator.

Kata Kunci: Lingkungan Toko, Potongan Harga ,KepuasanPelanggan Dan Impulse Buying

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how big the influence of store environment and price discounts on impulse buying through customer satisfaction as an intervening variable in Omasemi Padang SMEs. The data analysis method used a questionnaire, with a sample of 81 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis and path analysis.

Based on the results of the study indicate that the Store Environment and Discounts have a positive and significant effect on Customer Satisfaction and Store Environments and Discounts on Impulse Buying with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. The Contribution of Store Environment Variables and Discounts on Impulse Buying with Customer Satisfaction as an Intervening Variable has an effect of 81.1% while the remaining 18.9% is influenced by other variables outside of this study.

Based on the results of this study, it is expected that the management of the company can increase Impulse Buying by improving the Store Environment and Discounts and Customer Satisfaction at Omasemi Padang SMEs through each indicator.

Keywords: Store Environment, Discounts, Customer Satisfaction And Impulse Buying