

## ABSTRAK

**ADAM D'GRAYNO KUMAMBONG, 191100001**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *IMPULSE BUYING* PELANGGAN PADA MULTI TOYS N GAMES**

**Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2023**

**Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Produl, dan *Impulse Buying***

Istilah *Impulse Buying* dapat diartikan sebagai suatu perilaku yang dilakukan langsung ditempat dan diikuti keinginan kuat dan perasaan nikmat dan senang . Perilaku tersebut dipandang sebagai suatu perilaku pembelian yang muncul tanpa dilandasi adanya kebutuhan serta pembelian yang terarah. Artinya kejadian tersebut terjadi secara spontan dan tidak direncanakan sama sekali. Biasanya kejadian tersebut dipengaruhi karena merasa bosan dirumah, diajak teman, atau karena ingin melihat apakah ada produk baru yang dijual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga (X1) , Promosi (X2), dan Kualitas produk (X3) terhadap *Impulse Buying* (Y) pada Multi Toys N Games. Jenis penelitian yang diterapkan adalah jenis penelitian metode kuantitatif dengan penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh pelanggan pada Multi Toys N Games. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Lemme sjow sebanyak 96 responden.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil suatu kesimpulan bahwa Harga (X1), dan Promosi (X2) berpengaruh signifikan secara parsial yang bernilai positif dengan *impulse buying* sedangkan kualitas produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying* dan Harga (X1), promosi (X2), dan kualitas produk (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada Multi Toys N Games