

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji besarnya pengaruh *credit card*, *window display*, *discount* dan *free product* terhadap *impulsive buying* di Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* Lisrel 8.70. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh *credit card* dan *window display* terhadap *impulsive buying* dan hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh *discount* dan *free product* terhadap *impulsive buying* di Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya.

Kata kunci: *Impulse Buying, Credit Card, Window Display, Discount, Free Product*

ABSTRACT

The purpose of this research is to know, analyze, and test the influence of effect credit card, window display, discount, and free product on impulsive buying in Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya. This research using Structural Equation Modeling (SEM) with Lisrel 8.70 software. Sampling techniques used in this research are non probability sampling with this type of convenience sampling. Data collected directly from respondents who meet the specified characteristics of the population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 170 respondents.

The results of this study showed no effect of credit card and window display of the impulsive buying and the results of this study also showed the influence of the discount and free product to impulsive buying.

Keyword: Impulse Buying, Credit Card, Window Display, Discount, Free Product