

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF

(Survei Pada Konsumen Tokopedia Di Daerah Istimewa Yogyakarta)

NUR ATIKAH

NIM : 141 150 126

Email : nuratikah061196@gmail.com

Pembimbing I : Dr. Haddy Suprpto, MS

Pembimbing II : Sri Kussujaniatun, Dra, MSi

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, *word of mouth* terhadap perilaku pembelian impulsif di Tokopedia. Sampel dari penelitian ini yaitu sebagian konsumen situs belanja online Tokopedia yang pernah melakukan pembelian impulsif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini mengambil responden sebanyak 100 responden, dengan metode pengumpulan kuesioner. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian yaitu promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci : Promosi Penjualan, *Word Of Mouth*, Pembelian Impulsif.