

ABSTRAK

Putu Nanda Nirmala Asih (00000013944)

PENGARUH *CONSUMER TRAITS* DAN *SITUATIONAL FACTORS* TERHADAP *IMPULSE BUYING*: STUDI KASUS INDOMARET

(xv+ 110 halaman; 2 gambar; 21 tabel; 4 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dari *Consumer Traits* dan *Situational Factors* yang mempengaruhi *Impulse Buying*. Obyek penelitian ini adalah toko Indomaret yang ada di Jakarta. *Impulse Buying* diukur dengan tiga faktor dari *Consumer Traits* yaitu *Impulse Buying Tendency*, *Shopping Enjoyment Tendency*, dan *Materialism*, serta empat faktor dari *Situational Factors* yaitu *Person's Situation*, *Store Environment*, *Motivational Activity by Retailer*, dan *Product Attributes*. Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pelita Harapan yang pernah melakukan pembelian di Indomaret. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, dan menggunakan *convenience sampling* dalam pengambilan sampel. Metode analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPls versi 3.2.7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Impulse Buying Tendency*, *Person's Situation*, dan *Motivational Activity by Retailer* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying*, sedangkan *Shopping Enjoyment Tendency*, *Materialism*, *Store Environment*, dan *Product Attributes* berpengaruh negatif terhadap *Impulse Buying*. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan toko-toko ritel dapat memfokuskan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan *Impulse Buying* konsumen di dalam toko.

Kata Kunci: *Impulse Buying*, *Consumer Traits*, *Situational Factors*, Ritel, Indomaret.