

## ABSTRAK

Alviona Regita Pradhini. 2026. Determinasi *Impulse Buying* Terhadap Konsumen Ritel Kesehatan dan Kecantikan Melalui *Price Discount*, *Store Location*, dan *Store Atmosphere* ( Studi Kasus Pada Guardian Madiun ). Pembimbing (I) Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M. Si., Ak., CA., Pembimbing (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S. E., M. M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *price discount*, *store location*, dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen Guardian Madiun, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Guardian Madiun yang pernah melakukan pembelian di toko tersebut. Sampel penelitian berjumlah 385 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Guardian Madiun, *store location* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Guardian Madiun dan merupakan variabel dengan pengaruh paling kuat, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Guardian Madiun, serta *price discount*, *store location*, dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Guardian Madiun dengan kontribusi sebesar 39,0%, sedangkan 61,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Price Discount*, *Store Location*, *Store Atmosphere*, *Impulse Buying*.

## **ABSTRACT**

Alviona Regita Pradhini. 2026. *Determinants of Impulse Buying Among Health and Beauty Retail Consumers Through Price Discounts, Store Location, and Store Atmosphere: A Case Study of Guardian Madiun*. Supervisor (I): Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA. Supervisor (II): Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.

This study aims to determine whether price discounts, store location, and store atmosphere influence impulse buying among consumers of Guardian Madiun, both partially and simultaneously. The study was conducted on consumers who had previously made purchases at Guardian Madiun. The research sample consisted of 385 respondents, determined using the Lemeshow formula with a purposive sampling technique. This study employed a quantitative approach using multiple linear regression analysis, with data processed using SPSS.

The results indicate that price discounts have a positive and significant effect on impulse buying among Guardian Madiun consumers. Store location also has a positive and significant effect on impulse buying and is the variable with the strongest influence. Likewise, store atmosphere has a positive and significant effect on impulse buying. Furthermore, price discounts, store location, and store atmosphere simultaneously have a positive and significant effect on impulse buying among Guardian Madiun consumers, contributing 39.0% to the variance in impulse buying behavior, while the remaining 61.0% is explained by other factors not examined in this study.

**Keywords:** Price Discount, Store Location, Store Atmosphere, Impulse Buying.