ABSTRAK

Erma Hardiyanti Pratiwi, "Pelaksanaan *Discount* (Potongan Harga) dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif Produk Pakaian pada Ramayana *Department Store* – PT Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung", Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia. Dibawah Bimbingan : Raeny Dwisanty SE, MSi.

PT Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung adalah *Departement Store pioneer* yang menyediakan berbagai jenis produk berbagai *supplier* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, namun dengan banyaknya bisnis *retail* di Bandung dan promosi penjualan yang semakin gencar dari para perusahaan *retail* lainnya, menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Tidak hanya itu, Pelaksanaan *discount* (potongan harga) yang tidak tepat dapat mengakibatkan adanya kecenderungan persepsi negatif sehingga dapat menimbulkan menurunnya pembelian impulsif yang cenderung sering dilakukan oleh konsumen karena adanya *discount*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *discount* (potongan harga) terhadap pembelian impulsif produk pakaian pada Ramayana *department Store* – PT Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan unit analisis *Discount* (potongan harga) dan Pembelian Impulsif. Responden yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan tekhnik *Sampel probability sampling dengan* cara *Sampel Random sampling.* Analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Sederhana, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t.

Hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS 13.0 For Windows*, menunjukan bahwa *discount* (potongan harga) memberikan pengaruh yang cukup kuat sebesar 59,7% terhadap pembelian impulsif terhadap pembelian impulsif pada Ramayana *department store – PT Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Bandung, dan* sisanya sebesar 47,3% adalah pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *display*, hadiah, kupon, pelayanan, model pakaian, merk, dan kualitas.

Kata Kunci : ***Discount, Impulse Buying, Department Store.***