

## **ABSTRAK**

**Fakultas Ekonomi  
Program Studi S-1 Manajemen  
2018**

Siti Juria

120.2014.171

Pengaruh Bonus Kemasan, Ketersediaan Uang dan Psikologi Konsumen Terhadap Pembelian Tidak Terencana di Transmart Cempaka Putih Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam  
82 + Halaman, 29 Tabel, 3 Gambar, 1 Lampiran

### **Uraian Abstrak**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Transmart Cempaka Putih. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Analisis data dengan melakukan pengujian hipotesis baik secara parsial maupun secara simultan dan dengan uji regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Bonus kemasan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana. (2) Ketersediaan uang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian tidak terencana. (3) Psikologi konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian tidak terencana. (4) Secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana.

Menurut tinjauan Islam tentang bonus kemasan, ketersediaan uang dan psikologi konsumen sudah memenuhi aspek syariat dengan tidak mengandung unsur riba pada pembelian, walaupun pembelian tidak terencana merupakan sifat boros namun tergantung pada nafsu setiap masing-masing manusia.

**Kata Kunci :** Bonus Kemasan, Ketersediaan Uang, Psikologi Konsumen, Pembelian Tidak Terencana

## **ABSTRACT**

***Economic Faculty  
Study Program S-1 Management  
2018***

*Siti Juria*

*120.2014.171*

*The Influence of Bonus Pack, Money Availability and Psychology Customers on Impulse Buying at Transmart Cempaka Putih And Its Riview From Islamic Point Of View*

*82 + Pages, 29 Tabel, 3 Pictures, 1 Attachments*

### ***Abstract Description***

*The type this research is quantitative. The population of this research is customers of Transmart Cempaka Putih. Data were collected through questionnaires technique. Data were analyzed by doing hypothesis testing either partially or simultaneously*

*The results showed that (1) Bonus pack had a positive and insignificant effect on impulse buying. (2) Money availability has a positive and significant effect on impulse buying. (3) Psychology consumer has a positive and significant effect on impulse buying. (4) Simultaneously all variables have a significant effect on impulse buying..*

*Islamic riview of Bonus Pack, Money Availability, and Psychology customers on Impulse Buying has fulfilled the shari'a aspect with no element of riba on purchases, though impulse buying is a wasteful nature but depends on the lusts of each individual*

***Keywords : Bonus Pack. Money Availability, Psychology Customers, Impulse Buying***