

## ABSTRAK

Saat ini perkembangan persaingan di dalam dunia bisnis ritel yang semakin ketat, membuat perusahaan mencari strategi yang cepat dan tepat dalam memasarkan produknya. Dalam hal ini Alfamart menerapkan strategi dengan promosi potongan harga melalui program produk tebus murah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor psikologis konsumen terhadap Impulsive Buying produk tebus murah Alfamart Sukabirus Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non probability sampling yang digunakan adalah sampling purposive jumlah responden 100 responden konsumen Alfamart Sukabirus. teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif faktor psikologis termasuk dalam kategori baik dengan presentase sebesar 72,73% dan impulse buying termasuk dalam kategori cukup baik sebesar 66,12. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis konsumen memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap impulse buying pada produk tebus murah di Alfamart sukabirus sebesar 36,1% sedangkan sisanya senilai 63,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**Kata kunci: Psikologis Konsumen, *Impulse Buying*, Produk Tebus Murah**