

ABSTRAK

Homeliness Coffee merupakan salah satu usaha *Coffee Shop* yang saat ini tengah bersaing secara sehat dengan usaha *Coffee Shop* lainnya. Homeliness Coffee dapat dikatakan mampu bersaing di tengah persaingan yang ketat dengan pendatang-pendatang baru *Coffee Shop* maupun yang sudah berdiri sejak lama lainnya di Kota Tasikmalaya. Strategi yang digunakan oleh Homeliness Coffee agar dapat menarik minat pembeli ialah dengan menggunakan *Price Discount* dan *Bonus Pack*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh *Price Discount* Dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Homeliness Coffee Kota Tasikmalaya. Hal ini berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Homeliness Coffee dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualannya. Dimana dalam penelitian ini Pengaruh *Price Discount* Dan *Bonus Pack* sebagai variabel independen dan *Impulsive Buying* sebagai variabel dependen

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 382 konsumen Homeliness Coffee. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

Berdasarkan hasil perhitungan dalam uji hipotesis parsial *Price Discount* dan *Bonus Pack* berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying* di Homeliness Coffee Kota Tasikmalaya, dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Price Discount* (X_1) dan *Bonus Pack* (X_2), terhadap *Impulsive Buying* (Y).

Kata Kunci: *Price Discount, Bonus Pack, Impulsive Buying*