

***The Influence of Price Discount, Store Atmosphere, and In-Store Display on  
Impulse Buying Behavior Among Miniso Customers in Depok***

***By Jasmine Puteri Irawan***

***Abstract***

*The current development of modern technology has had a significant impact on life, making it increasingly simple, fast, and cost-effective. In line with this technological advancement, the existence of modern retail businesses has become crucial, each employing its own strategies to compete with other modern retail businesses. Retail encompasses business activities involved in selling goods and services to consumers for personal, family, or household use. With the growing number of retail businesses, consumers have become more selective in choosing where to meet their needs. The retail sales of accessories and household items are beginning to flourish in Indonesia. The purpose of this research is to determine, prove, and analyze the influence of price discounts, store atmosphere, and in-store displays on impulse buying behavior. The research respondents consist of 100 Miniso customers in the Depok area. Data processing was carried out using SmartPLS 4.0, which showed that price discounts, store atmosphere, and in-store displays have a positive and significant impact on impulse buying behavior.*

*Keywords: price discount, store atmosphere, in-store display, retail*

**Pengaruh *Price Discount, Store Atmosphere Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Behavior Pada Customer Miniso Di Depok***

**Oleh Jasmine Puteri Irawan**

**Abstrak**

Perkembangan teknologi modern saat ini memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin simpel, cepat, serta hemat. Sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut eksistensi bisnis ritel *modern* juga semakin krusial dan tentunya mempunyai strategi masing– masing untuk dapat bersaing dengan bisnis ritel *modern* yang lain. Ritel mencakup kegiatan bisnis yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk penggunaan pribadi, keluarga, atau rumah tangga. Bertambahnya jumlah bisnis ritel, konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih atau memutuskan tempat untuk memenuhi kebutuhannya. Penjualan ritel aksesoris dan perlengkapan rumah tangga mulai berkembang di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh *price discount, store atmosphere, dan in-store display* terhadap *impulse buying behavior*. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan *customer Miniso* di wilayah Depok. Data diolah menggunakan SmartPLS 4.0 yang menunjukkan hasil bahwa *price discount, store atmosphere, dan in-store display* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior*.

Kata Kunci: *price discount, store atmosphere, in-store display, ritel*