

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran serta pengaruh promosi dan harga terhadap pembelian impulsif produk Matahari Mall Kramat Jati. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Adapun teknik pengambilan data berupa observasi, kuesioner, studi kepustakaan dan data primer. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh promosi dan harga terhadap Pembelian Impulsif Produk yang ditawarkan di Matahari Mall Kramat Djati baik secara partial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan yang membuat pembelian impulsif karena sebagian besar responden merasa puas dengan promosi dan harga yang ditawarkan.

**Kata Kunci: Promosi, Harga, Pembelian Impulsif**

