

**Farid Basalama “(614409035)”, 2013 Hubungan Impulse Buying Komoditi Hortikultura Dengan Kepuasan Konsumen Hypermart Di Kota Gorontalo” Dibawah Bimbingan Mahludin Baruwadi dan Ria Indriani.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tingkat kepuasan konsumen berbelanja komoditi hortikultura di Hypermart Kota Gorontalo dan Hubungan antara *impulse buying* dengan kepuasan konsumen berbelanja di Hypermart di Kota Gorontalo Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai bulan November tahun 2013.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode adalah metode survei yang merupakan pengumpulan data emperik berdasarkan wawancara dan observasi. Dimana data terbagi atas data primer dan data sekunder. Pemilihan sampel ditentukan secara *puposive sampling* dengan sampel 30 orang. Hasil penelitian menunjukkan 1). Perilaku konsumen dalam melakukan *impulse buying* komoditi hortikultura dalam penelitian ini sangat positif, hal ini terlihat dari respon rata-rata konsumen yang menjawab setuju dan sangat setuju = 75.25% artinya perilaku *impulse buying* yang dilakukan oleh konsumen Hypermart semakin meningkat. 2). Tingkat kepuasan konsumen dilihat dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan komunikasi yang berbelanja komoditi hortikultura sangat baik ini dapat dilihat dari rata-rata konsumen yang menjawab setuju dan sangat setuju dari setiap variabel. a). Kualitas pelayanan = 86 %, b). Kualitas produk =71.66 % dan c). Komunikasi 75.83 %. 3). Hubungan impulse buying dengan Kepuasan konsumen antara konsumen dan karyawan Hypermart Gorontalo dimana  $r = 0,826$ . Artinya bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *impulse buying* dan kepuasan konsumen.

***Kata kunci: Impulse Buying, Kepuasan konsumen. Hortikultura***