

ABSTRAK

Transmart Carrefour Buah Batu Bandung merupakan pusat perbelanjaan terbaru di daerah Bandung Selatan yang bertempat di Jalan Bojongsoang Raya No. 231, Cipagalo Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Transmart Carrefour Buah Batu Bandung diresmikan pada tanggal 28 April 2017 dan mulai beroperasi dengan menyajikan layanan teknologi berkelas *modern* dan mengusung konsep 4in1. Konsep 4in1 merupakan terobosan terbaru yang dibuat oleh Transmart Carrefour yang dimana pembeli dapat berbelanja, bersantap, bermain dan menonton dalam satu tempat.

Dengan hasil prapenelitian yang dilakukan penulis dengan hasil 90% responden meakukan pembelian tidak terencana dan mengingat Transmart Carrefour Buah Batu Bandung merupakan cabang termuda PT. Trans Retail Indonesia yang berada di Bandung, peneliti ingin mencari factor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian impulsive pada pengunjung Transmart Carrefour Buah Batu Bandung.

Dengan menggunakan teknik *probability sampling*, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis faktor, perhitungan dengan SPSS 23. Faktor-faktor yang digunakan berjumlah 16 faktor yang diperoleh dari penelitian sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil terbentuk 3 komponen dengan dimensi sebagai berikut:

Komponen satu menjadi dimensi tingkat pendapatan dengan sub-dimensi penyusunan barang dengan nilai 0,770, komponen dua menjadi dimensi lingkungan toko sebesar 0,845, komponen tiga menjadi dimensi *irresistible urge to buy* sebesar 0,761.

Kata Kunci: *Impulse Buying*, Transmart Carrefour, Analisis Faktor.