

ABSTRAK

Nama : Suci Ananda
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Faktor Price Discount Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying Konsumen (Studi Kasus Suzuya Mall Lhokseumawe)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor price discount dan kualitas pelayanan terhadap impulse buying konsumen. Studi ini dilakukan di Suzuya Mall Lhokseumawe dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah price discount dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah impulse buying. Perspektif syariah digunakan sebagai landasan analisis untuk memastikan bahwa perilaku konsumsi yang diteliti sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Suzuya Mall Lhokseumawe yang telah melakukan pembelian secara impulsif. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan spss 27 untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa price discount dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap impulse buying. Dari perspektif syariah, temuan ini menunjukkan bahwa strategi diskon dan kualitas pelayanan dapat diterima selama tidak mendorong konsumen ke perilaku konsumtif yang berlebihan dan tetap mematuhi prinsip etika Islam. Penelitian ini memberikan implikasi bagi manajemen ritel dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai syariah serta memberikan kontribusi terhadap literatur akademik terkait impulse buying dalam konteks Islam.

Kata kunci : Price Discount, Kualitas Pelayanan, Impulse Buying, Perspektif Syariah, Suzuya Mall Lhokseumawe.

ABSTRACT

Name : Suci Ananda
Study Programe : Islamic Economics
Title : The Influence of Price Discount Factors and Service Quality on Consumer Impulse Buying Viewed from a Sharia Perspective (Case Study of Suzuya Mall Lhokseumawe)

This study aims to analyze the influence of price discount and service quality factors on consumer impulse buying from an Islamic perspective. The research was conducted at Suzuya Mall Lhokseumawe using a quantitative approach. The independent variables in this study are price discount and service quality, while the dependent variable is impulse buying. The Islamic perspective is used as the analytical foundation to ensure that the consumer behavior being studied aligns with Islamic principles. Data collection was carried out using questionnaires distributed to consumers at Suzuya Mall Lhokseumawe who had made impulsive purchases. The collected data were analyzed using multiple linear regression with spss 27 to examine the significant effects of each independent variable on the dependent variable. The results show that price discount and service quality have a positive and significant influence on impulse buying. From an Islamic perspective, these findings indicate that discount strategies and service quality are acceptable as long as they do not encourage excessive consumerism and adhere to Islamic ethical principles. This research provides implications for retail management in designing marketing strategies that align with Islamic values and contributes to academic literature on impulse buying in the context of Islam.

Keywords: Price Discount, Service Quality, Impulse Buying, Islamic Perspective, Suzuya Mall Lhokseumawe.