

ABSTRAK

Nama : Erni Fhonna
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Potongan Harga Dan Gaya Hidup Terhadap *Impulse Buying* (Studi kasus pengguna Aplikasi *Shopee* pada Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh potongan harga dan gaya hidup terhadap *impulse buying* (Studi kasus pengguna aplikasi *Shopee* pada Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh) . Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang menggunakan *shopee*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling yaitu *stratified random sampling* dengan berjumlah 100 responden. Alat pengukuran instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner atau angket yang disebarakan secara langsung kepada responden. yaitu Penelitian ini menganalisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis serta koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-708 < 1.664$) dan nilai signifikan sebesar $0,480 > 0,005$ dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* hal ini dibuktikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.027 > 1.664$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$. Implikasi dalam penelitian ini yaitu *sopee* harus menekankan strategi untuk meningkatkan pemasaran mereka dalam menarik konsumen dan mendorong mereka menimbulkan keinginan melakukan *impulse buying*.

Kata kunci : potongan harga, gaya hidup, *impulse buying*

ABSTRACT

Name : Erni Fhonna
Study Program : Management
Title : The Influence of Discounts and Lifestyle on Impulse Buying
(Case Study of Shopee Application Users on Students of the
Faculty of Economics and Business, Malikussaleh
University)

This research aims to analyze the influence of discounts and lifestyle on impulse buying (a case study of Shopee users among students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Malikussaleh). The study employs a quantitative method, with the population consisting of students from the Faculty of Economics and Business at Universitas Malikussaleh who use Shopee. The sampling method used in this research is stratified random sampling, with 100 respondents. The instrument for measuring responses is based on a Likert scale, and primary data is collected through questionnaires distributed directly to the respondents. The data in this research is analyzed using multiple linear regression analysis, instrument testing, classical assumption tests, hypothesis testing, and the determination coefficient, all processed using SPSS version 27. The results show that discounts do not have a positive or significant effect on impulse buying, as evidenced by a $t\text{-value} < t\text{-table}$ ($-0.708 < 1.664$) and a significance value of $0.480 > 0.05$. On the other hand, lifestyle has a positive and significant effect on impulse buying, as demonstrated by a $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($7.027 > 1.664$) with a significance value of $0.000 < 0.05$. This research implies that Shopee should emphasize strategies to enhance its marketing efforts, attract consumers, and encourage impulse buying.

Keywords: *discounts, lifestyle, impulse buying*