

ABSTRAK

Wahyu Widodo Saputro, 2024: Analisis Pengaruh *Special Price*, *Consumer Preferences* dan *Income* terhadap *Impulse Buying Behavior* pada Transaksi *Online Shopp* Di Kalangan Masyarakat Kelurahan Batununggal Kota Bandung.

Hadirnya aplikasi belanja online tentunya hal ini dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual-beli, dengan mudahnya melakukan pembelian secara online tersebut tentunya juga memiliki dampak negatif bagi para konsumen yakni dapat menjadikan para pembeli untuk melakukan pembelian secara implusif/tidak terencana, dimana banyak faktor yang mempengaruhinya seperti: pemberian diskon, gaya hedonis, preferensi maupun tingkat pendapatan yang diterima oleh setiap individu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) pengaruh *special price* terhadap *impulse buying behavior*, 2) *consumer preferences* terhadap *impulse buying behavior*, 3) pengaruh *income* terhadap *impulse buying behavior* dan 4) pengaruh *special price*, *consumer preferences* dan *income* terhadap *impulse buying behavior* pada pengguna aplikasi shopee dikalangan masyarakat kelurahan Batununggal Kota Bandung dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang secara acak.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan analisis data menggunakan uji korelasi parsial, korelasi simultan, uji regresi, uji t atau parsial, uji f atau simultan, dimana sebelum dilakukan uji statistik terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian penelitian menunjukkan bahwa nilai uji t (parsial) variabel *special price* (X1) sebesar 2,994 dengan signifikansi 0,004, variabel *consumer preferences* (X2) sebesar 3,369 dengan signifikansi 0,001, sedangkan variabel *income* sebesar -0,062 dengan signifikansi 0,490, adapun hasil pengujian secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 13,059 dengan signifikansi 0,000

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) *special price* dan *consumer preferences* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior*, sementara variabel *income* secara parsial memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying behavior*, adapun hasil pengujian secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa *special price*, *consumer preferences* dan *income* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *impulse buying behavior*.

Kata kunci: *special price*, *consumer preferences*, *income*, *impulse buying*.

ABSTRACT

Wahyu Widodo Saputro, 2024: Analysis Of The Influence Of Special Price, Consumer Preferences And Income On Impulse Buying Behavior In Online Shop Transactions Among The Community Of Batununggal Village, Bandung City.

The presence of online shopping applications can certainly make it easier for people to carry out buying and selling transactions, the ease of making purchases online of course also has a negative impact on consumers, namely that it can cause buyers to make purchases impulsively/unplanned, where many factors influence influences such as: giving discounts, hedonic styles, preferences and the level of income received by each individual.

This research aims to analyze: 1) the influence of special price on impulse buying behavior, 2) consumer preferences on impulse buying behavior, 3) the influence of income on impulse buying behavior and 4) the influence of special price, consumer preferences and income on impulse buying behavior in users shopee application among the people of Batununggal sub-district, Bandung City using a random sample of 100 people.

*This research uses a descriptive analysis method with a quantitative approach. Meanwhile, data analysis uses partial correlation tests, simultaneous correlation, regression tests, *t* or partial tests, *f* or simultaneous tests, where before statistical tests are carried out, classic assumption tests are first carried out in the form of normality tests, linearity tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests.*

*Based on the research results, it shows that the *t* test value (partial) variable special price (*X1*) is 2.994 with a significance of 0.004, the consumer preferences variable (*X2*) is 3.369 with a significance of 0.001, while the income variable is -0.062 with a significance of 0.490, as for the results of the simultaneous test (*f* test) shows that the calculated *f* value is 13.059 with a significance of 0.000*

*The research results show that partially (*t* test) special price and consumer preferences have a positive and significant influence on impulse buying behavior, while the income variable partially has a negative and insignificant influence on impulse buying behavior, as for the results of the simultaneous test (*f* test) shows that special price, consumer preferences and income simultaneously have a positive and significant effect on the impulse buying behavior variable.*

Keywords: special price, consumer preferences, income, impulse buying.

خلاصة

واهيو ويدودو سابوترو، 2024: تحليل تأثير السعر الخاص وتفضيلات المستهلك والدخل على سلوك الشراء الاندفاعي في معاملات التسوق عبر الإنترنت بين مجتمع قرية باتو نونغال، مدينة باندونغ

من المؤكد أن وجود تطبيقات التسوق عبر الإنترنت يمكن أن يسهل على الأشخاص إجراء معاملات البيع والشراء، كما أن سهولة إجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت بالطبع لها أيضاً تأثير سلبي على المستهلكين، أي أنها يمكن أن تجعل المشترين يقومون بعمليات شراء بشكل متهور / غير مخطط له، حيث تؤثر العديد من العوامل على المؤثرات مثل: إعطاء الخصومات، وأساليب المتعة، والتفضيلات، ومستوى الدخل الذي يحصل عليه كل فرد

يهدف هذا البحث إلى تحليل: (1) تأثير السعر الخاص على سلوك الشراء الاندفاعي، (2) تفضيلات المستهلك على سلوك الشراء الاندفاعي، (3) تأثير الدخل على سلوك الشراء الاندفاعي و (4) تأثير السعر الخاص، تفضيلات المستهلك والدخل حول سلوك الشراء الاندفاعي لدى مستخدمي تطبيق التسوق بين سكان منطقة باتونونغال الفرعية بمدينة باندونغ باستخدام عينة عشوائية مكونة من 100 شخص

يستخدم هذا البحث منهج التحليل الوصفي مع المنهج الكمي. وفي الوقت نفسه، يستخدم تحليل البيانات اختبارات الارتباط أو الاختبارات الجزئية، أو الاختبارات المتزامنة، أو الجزئي، أو الارتباط المتزامن، أو اختبارات الانحدار، أو اختبارات حيث قبل إجراء الاختبارات الإحصائية، يتم إجراء اختبارات الافتراض الكلاسيكية أولاً في شكل اختبارات طبيعية، واختبارات خطية، اختبارات الخطية المتعددة واختبارات التغيرات

هي 2.994 ودلالة 0.004، ومتغير (X1) الجزئي) لمتغير السعر الخاص) t وبناء على نتائج البحث تبين أن قيمة اختبار هو 3.369 ودلالة 0.001، أما متغير الدخل فهو -0.062 مع دلالة 0.490، أما نتائج الاختبار (X2) تفضيلات المستهلك المحسوبة هي 13.059 مع دلالة f 0.000 فتبين أن قيمة (f test) المتزامن

للسعر الخاص وتفضيلات المستهلك لهما تأثير إيجابي ومعنوي على سلوك (t) أظهرت نتائج البحث أن جزئياً (اختبار الشراء الاندفاعي، في حين أن متغير الدخل له تأثير جزئي سلبي وغير معنوي على سلوك الشراء الاندفاعي، أما نتائج يوضح أن السعر الخاص وتفضيلات المستهلك والدخل في وقت واحد لها تأثير إيجابي f) الاختبار المتزامن (اختبار ومعنوي على متغير سلوك الشراء الاندفاعي