

ABSTRAK

Itang Rojali, NIM 121401151, judul skripsi: Pengaruh Voucher Terhadap Perilaku Konsumen menurut Ekonomi Syariah (studi di Alfamart Ariasantika Jl. MH. Thamrin No. 9, Cikokol Tangerang)

Voucher merupakan salah satu bentuk dari promosi penjualan yang saat ini banyak dilakukan oleh para pedagang khususnya pada bisnis ritel. Hal ini merupakan suatu strategi pemasaran bagi Alfamart untuk bersaing dengan minimarket-minimarket lain. Permasalahannya adalah berbagai macam perilaku konsumen ditunjukkan pada Alfamart Ariasantika. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh voucher terhadap perilaku konsumen pada Alfamart Ariasantika.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1). Bagaimana mekanisme voucher terhadap perilaku konsumen pada Alfamart Ariasantika?; 2). Apakah voucher berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada Alfamart Ariasantika?

Tujuan penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui mekanisme voucher terhadap perilaku konsumen pada Alfamart Ariasantika ; 2). Untuk mengetahui apakah voucher berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada Alfamart Ariasantika.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menguji dua variabel independen yaitu voucher yang dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu perilaku konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi pembelian (belanja) dan mendapatkan voucher pada Alfamart Ariasantika. Sampel diambil sebanyak 30 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *insidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Analisis ini meliputi: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linear dan Uji Hipotesis melalui Uji t.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen 54.1% dapat dijelaskan oleh variabel independen voucher 45.9% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa variabel voucher berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen pada Alfamart Ariasantika.

kata kunci: voucher, perilaku konsumen