

PENGARUH DISKON TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN LABEL HALAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PENGGUNA WARDAH DI TIKTOK SHOP

ABSTRAK

Oleh :

Elsa Kartika Putri

1961056

Dosen Pembimbing

Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Diskon terhadap *Impulse buying*. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah label halal memoderasi pengaruh diskon dengan *impulse buying*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode sampel *purpose sampling* dan untuk mengetahui berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi tidak diketahui maka ukuran sampel yang baik adalah 5-10 kali jumlah variabel atau indikator dalam penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel diskon terhadap variabel *impulse buying* pada pengguna Wardah di Tiktokshop. Label halal tidak memoderasi hubungan antara variabel diskon terhadap *impulse buying*. Oleh karena itu, label halal bukan variabel moderating dalam penelitian ini. Artinya variabel label halal tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara diskon terhadap *impulse buying*.

Kata kunci : Diskon, *Impulse Buying*, Label Halal