

ABSTRAK

Feri Sapto Nugroho Pengaruh *Price Discount*, *Online Customer Rating*, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Impulse Buying Makanan Pada Shopeefood (Studi Kasus Masyarakat Kota Madiun).

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh *price discount*, *online customer rating*, dan kualitas layanan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada shopeefood (studi kasus pada masyarakat di kota madiun). Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kota Madiun yang pernah membeli makanan di aplikasi shopeefood dengan pengambilan sampel sebanyak 384 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis *purposive sampling* dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 25

Hasil penelitian ini adalah *price discount* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood Kota Madiun. *Online customer rating* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood Kota Madiun. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood Kota Madiun. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *price discount*, *online customer rating*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan *impulse buying* makanan pada Shopeefood Kota Madiun.

Kata Kunci: *price discount*, *Online customer rating*, Kualitas layanan, *impulse buying*

ABSTRACT

Feri Sapto Nugroho Influence of Price Discount, Online Customer Rating, and Service Quality Towards Impulse Buying Decisions for Food on Shopeefood (case study on the community in Madiun City).

The aim of this study was to determine the influence of price discount, online customer rating, and service quality towards impulse buying decisions for food on Shopeefood (case study on the community in Madiun City). This study was conducted on the people of Madiun City who had bought food on the Shopeefood application with a sample of 384 respondents. The research method used was a quantitative approach using purposive sampling analysis using SPSS software version 25.

The results of this study are: price discount has a positive and significant influence towards impulse buying decisions for food on Shopeefood in Madiun City. Online customer rating has a positive and significant influence towards impulse buying decisions for food on Shopeefood in Madiun City. Service quality has a positive and significant influence towards impulse buying decisions for food on Shopeefood in Madiun City. Simultaneously, there is a positive and significant influence of price discount, online customer rating, and service quality towards impulse buying decisions for food on Shopeefood in Madiun City.

Keywords: Price Discount, Online Customer Rating, Service Quality, Impulse Buying.