

ABSTRAK

Salmi, 2024.” *Analisis Perilaku Konsumen yang Tidak Terencana Setelah Melihat Sales Promotion produk di Alfamidi Super Palopo*”. Skripsi program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. (Dibimbing oleh Nur Amal Mas).

Skripsi ini membahas tentang Analisis perilaku konsumen yang tidak terencana setelah melihat sales promotion produk di Alfamidi Super Palopo. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana bentuk penerapan sales promotion produk di Alfamidi super Palopo dan bagaimana perilaku konsumen yang tidak terencana setelah melihat sales promotion produk di Alfamidi super Palopo tujuannya untuk mengetahui apa yang menjadi faktor perilaku konsumen yang tidak terencana setelah melihat promosi produk di Alfamidi super.cfw

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, informannya sebanyak 7 orang, data yang diperoleh berdasarkan observasi, wawancara, dokumentasi. kemudian Data penelitian ini diolah dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian bahwa Analisis perilaku konsumen yang tidak terencana setelah melihat sales promotion produk di Alfamidi super Palopo itu berdasarkan kemudahan layanan yang berikan, harga kompetitif dan promosi dalam berbelanja yang dirasakan oleh konsumen Alfamidi super dalam belanja berbagai macam produk di Alfamidi super Palopo. Dilihat dari segi kualitas pelayanan, promosi, dan faktor harga.

Kata kunci: *Sales promotion* produk, pembelian tidak terencana, perilaku konsumen.

ABSTRACT

Salmi, 2024." Analysis of Unplanned Consumer Behavior After Seeing Product Sales Promotions at Alfamidi Super Palopo". Thesis of the Sharia Business Management study program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. (Supervised by Nur Amal Mas).

This thesis discusses the analysis of unplanned consumer behavior after seeing product sales promotions at Alfamidi Super Palopo. The problem formulation in this research is how to implement product sales promotion at Alfamidi Super Palopo and what unplanned consumer behavior is after seeing product sales promotion at Alfamidi Super Palopo. The aim is to find out what factors cause unplanned consumer behavior after seeing product promotions at Alfamidi super.cfw

The research method used in this research is descriptive qualitative, there are 7 informants, the data obtained is based on observation, interviews, documentation. Then this research data was processed using data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The research results show that the analysis of unplanned consumer behavior after seeing product sales promotions at Alfamidi super Palopo is based on the ease of service provided, competitive prices and promotions in shopping that Alfamidi super consumers experience when shopping for various products at Alfamidi super Palopo. Viewed in terms of service quality, promotions and price factors.

Keywords: Product sales promotion, unplanned purchases, consumer behavior.