

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman pada saat ini, dunia usaha berlomba-lomba dalam mengunggulkan produknya sehingga dalam proses pemasaran mengalami persaingan yang sangat ketat. Kemajuan suatu usaha ditentukan oleh beberapa faktor, seperti penggunaan sumber daya manusia yang sesuai dengan kualitas, dan keseimbangan antara pengetahuan dan teknologi. Perusahaan yang berbeda bersaing dengan memasarkan produknya menggunakan berbagai media promosi yang berbeda seperti: Baliho, iklan, televisi, media cetak, *sponsorship*, surat kabar, majalah, radio, dll.<sup>1</sup>

Di tengah mahalnya media pemasaran online, para pelaku usaha berlomba-lomba dalam berbagai cara dan strategi untuk mempertahankan usaha dan bersaing dengan usaha lainnya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan adanya pemberian diskon terhadap barang atau jasa yang ditawarkan agar konsumen tertarik untuk membeli. Namun, dalam perkembangan saat ini, selektivitas dan kecerdasan konsumen dalam membeli produk membuat pemilik usaha tidak hanya menawarkan godaan diskon pada umumnya, tetapi juga memberikan diskon *anti-mainstream* untuk membuat konsumen tidak tahan dalam membelanjakan uangnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi terencana dengan baik untuk mendapatkan perhatian dan merebut pasar. Salah satu caranya

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaranjasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), 195.

adalah dapat kebutuhan dan keinginan masyarakat dan tentunya bagi perusahaan yang menawarkan barang atau jasa tersebut.<sup>2</sup>

Diskon atau potongan harga merupakan alat promosi yang dapat menarik perhatian konsumen agar tercipta keinginan calon konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Diskon merupakan pengurangan harga langsung atas pembelian yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu, pemberian diskon kepada konsumen bertujuan untuk menghargai respon konsumen.<sup>3</sup> Pendapat lain mengatakan diskon adalah harga yang relatif murah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran dimuka, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian di musim tertentu.<sup>4</sup> Saat ini, diskon banyak ditemukan disetiap barang atau jasa yang diperdagangkan. Adanya diskon yang diberikan setiap perusahaan saat menjual produknya membangkitkan minat konsumen yang memiliki dan membeli produk tersebut.

Keberadaan strategi diskon ini sudah merambah ke berbagai daerah, khususnya di daerah Kabupaten Kediri. Kabupaten Kediri adalah daerah yang kaya dengan banyaknya macam macam usaha yang ada, dari mulai usaha dalam bidang *fashion*, kuliner, jasa dan lain sebagainya. Sampai saat ini Kabupaten Kediri telah banyak perubahan yang dirasakan oleh masyarakat sekitar. Kabupaten Kediri juga merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan

---

<sup>2</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005), 2.

<sup>3</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Alih Bahasa Bob Sabran*, Jilid 1 Ed. 12 (Jakarta: Erlangga, 2008), 34.

<sup>4</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama. (Yogyakarta: BPFE, 2000), 34.

tercepat di Jawa Timur dalam sektor UMKM. Berawal sebagai salah satu pusat industri tembakau di Jawa Timur, kini sektor UMKM Kediri lainnya juga berkembang cukup pesat.<sup>5</sup>

Hal inilah yang menjadikan Kediri sebagai pusat perkembangan sosial-ekonomi di sektor UMKM. Usaha kecil ini dipandang masyarakat mampu membuka lapangan pekerjaan baru di sektor informal, sehingga masyarakat mulai berfikir untuk menjalankan usaha yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan usaha kecil.

Usaha kecil yang memiliki eksistensi dalam persaingan pasar adalah di bidang Sablon. Di Kabupaten Kediri banyak sekali usaha di bidang sablon dan pastinya setiap usaha tersebut mengunggulkan kualitasnya masing-masing dan mempunyai strategi penjualan yang bisa memikat daya tarik konsumen. Berikut data tempat sablon berdasarkan wilayah berbagai daerah di Kabupaten Kediri.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Tempat Sablon**  
**Berdasarkan Wilayah Di Kabupaten Kediri**

<b>Nama Usaha</b>	<b>Kelurahan</b>	<b>Tahun Berdiri</b>
Jabang Sablon	Jabang, Ds. Sidomulyo, Kec. Semen	2018
Percetakan dan Sablon Rizka	Gapuk, Bulu, Kec. Semen	2019
ANM Clothing Distro	Kayenkidul, Kec. Kayenkidul	2020
Milana Konveksi dan Sablon	Kaotan, Semen, Kec. Pagu	2020
AL Firdaus Percetakan dan Sablon	Bogo, Bulu, Kec. Semen	2020

Sumber: Data hasil observasi

<sup>5</sup> Okto Aditya Suryawirawan,Dkk, “Pelatihan Pengelolaan Persediaan, Pemasaran Dan Pembukuan Sederhana Untuk UMKM Desa Pakis Kecamatan Kunjang Kabupaten Kediri,” *Jurnal Abadimas Adi Buana* Vol. 04 No. 2 (2021): 122–123.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa banyaknya usaha sablon di Kabupaten Kediri yang berdiri membuat persaingan harga yang dirasakan oleh para pemilik usaha. Salah satunya adalah usaha Jabang sablon yang berada di wilayah Kec. Mojo Kab. Kediri. Jabang sablon ini memiliki tempat yang sangat strategis, terletak di pemukiman padat penduduk dan dekat pasar yakni di Dusun Jabang, Desa Sidomulyo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. Dekat dengan wilayah pasar dapat memberikan sebuah efek yang besar terhadap usaha Jabang sablon. Keramaian orang berbelanja memberikan peluang bagi pemilik usaha untuk memasarkan barang atau jasanya. Selain memiliki tempat yang strategis Jabang Sablon ini bergerak di berbagai bidang baik menjahit, sablon, bordir, pembuatan banner, bendera, dll. Usaha Jabang Sablon ini menghasilkan berbagai macam produk mulai dari pembuatan kaos, kemeja atau PDH, umbul-umbul, brosur, undangan.

Banyaknya pesanan barang yang perlu diproduksi dan pesanan-pesanan lainnya yang perlu dilayani, pemilik usaha seringkali memberikan diskon untuk setiap pesanan yang lebih dari 25 pcs untuk sebagai contoh pesanan penyablonan kaos maupun cetak umbul-umbul. Sehingga dari kebijakan tersebut membuat para konsumen tertarik untuk memesan atau memproduksi barang kebutuhannya hasil dari jabang sablon.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis terhadap strategi diskon dari tiga pengusaha berdasarkan delapan indikator diskon yang ada telah difokuskan pada tiga indikator kunci, yaitu persaingan harga, persaingan pasar, dan pembelian dalam jumlah banyak. Pemilihan ketiga indikator ini didasarkan pada

relevansinya sebagai penentu utama dalam strategi diskon yang diimplementasikan oleh para pengusaha. Dengan memusatkan perhatian pada ketiga indikator tersebut, penelitian ini bertujuan untuk lebih mendalam dan komprehensif memahami bagaimana pengusaha menghadapi persaingan harga di pasar, menyesuaikan strategi diskon untuk tetap bersaing di tengah persaingan pasar yang ketat, serta bagaimana mereka merespon dan mendorong pembelian dalam jumlah besar melalui penawaran diskon yang menarik. Berikut adalah data tabel perbandingan produk antara ketiga tempat sablon berdasarkan 3 wilayah yang ada di Kabupaten Kediri yakni Jabang Salon, Percetakan dan Sablon Rizka, serta Al Firdaus Percetakan dan Sablon.

**Tabel 1. 2**  
**Strategi Diskon Pengusaha Sablon**  
**Kecamatan Semen Kabupaten Kediri**

<b>Indikator Diskon</b>	<b>Jabang Sablon (2018)</b>	<b>Percetakan dan Sablon Rizka (2019)</b>	<b>Al Firdaus Percetakan dan Sablon (2020)</b>
Persaingan Harga	Melakukan <i>monitoring</i> harga dan diskon dari pesaing utamanya. Jika pesaing menawarkan diskon besar perlu menyesuaikan diskonnya agar tetap bersaing. Selain itu Untuk menarik pelanggan baru, diberikannya diskon khusus untuk pesanan pertama dari pelanggan baru.	Memberikan diskon tambahan untuk pelanggan yang merujuk teman atau kolega untuk melakukan pembelian.	Menonjolkan kualitas produk sablon dan layanan pelanggan yang unggul untuk bersaing dengan pesaing lain. Dengan memberikan diskon untuk pelanggan yang telah setia menggunakan jasa.

Persaingan Pasar	Menyediakan paket diskon untuk beberapa produk sablon, yang memberikan harga lebih rendah daripada membeli secara terpisah. Menawarkan diskon pada hari-hari tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan	Menawarkan jaminan harga terendah, sehingga jika pelanggan menemukan harga lebih rendah di tempat lain, mereka akan menyamakan harganya dan memberikan diskon tambahan.	Menawarkan harga yang wajar dan kompetitif, bukan berfokus pada diskon besar-besaran.
Pembelian dalam Jumlah Besar	Pelanggan yang melakukan pembelian dalam jumlah besar akan diberikan diskon sebagai bentuk apresiasi.	Menawarkan diskon khusus untuk pelanggan grosir yang melakukan pembelian dalam jumlah besar secara rutin.	Memberikan diskon jika pelanggan membeli beberapa produk sablon sekaligus.

Sumber: Data hasil observasi

Berdasarkan pada tabel 1.2 menunjukkan perbandingan strategi berdasarkan indikator diskon dari tiga pengusaha sablon yang beroperasi di Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri. Tiga pengusaha tersebut adalah Jabang Sablon (berdiri sejak 2018), Percetakan dan Sablon Rizka (berdiri pada tahun 2019), dan Al Firdaus Percetakan dan Sablon (berdiri pada tahun 2020). Pada tabel di atas, terdapat kolom yang menjelaskan upaya yang dilakukan tiap pengusaha sablon yang disesuaikan dengan indikator diskon. Setiap pengusaha sablon menjelaskan apa yang telah dilakukan dalam strategi diskon mereka sehingga disesuaikan dengan indikator diskon yang digunakan. Dengan upaya yang diterapkan tersebut diharapkan dapat membantu semakin meningkatkan volume penjualan dalam usahanya.

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Jabang Sablon memiliki target yang diupayakan serta melakukan evaluasi di tiap strategi yang diterapkan sehingga mampu meningkatkan penjualannya dan untuk mengenalkan nama Jabang Sablon ke lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan dua pengusaha lainnya. Selain itu produk-produk seperti kaos, kemeja, umbul-umbul, *training*, spanduk, undangan, stiker, *banner*, browsur, dan kartu nama telah menghasilkan penjualan yang signifikan. Adapun percetakan yang berdiri pada tahun 2019 serta Sablon Rizka dan Al Firdaus Percetakan dan Sablon, yang berdiri pada tahun 2020, juga menawarkan beberapa produk namun jumlah penjualan mereka masih lebih rendah dibandingkan dengan Jabang Sablon.

Tahun 2018 usaha Jabang Sablon masih menerapkan strategi yang sederhana yaitu dengan menerapkan strategi *word of mouth* namun mampu menyentuh angka 1500 pcs per tahunnya. Hal itu tentu saja menjadikan motivasi dan semangat bagi pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

Setelah itu pada tahun 2019 pemilik usaha Jabang Sablon mulai berpikir untuk mencari strategi baru agar penjualannya semakin meningkat. Pada pertengahan tahun 2019 pemilik usaha akhirnya menemukan strategi baru yaitu dengan menerapkan strategi diskon. Pada penerapannya, strategi diskon ini terbukti mampu membuahkan hasil di luar dugaan pemilik usaha dengan meningkatnya jumlah penjualan menjadi 2000 pcs per tahun. Berikut macam-macam diskon yang diterapkan di Jabang Sablon:

**Tabel 1. 3**  
**Data Penerapan Diskon Di Usaha Jabang Sablon**  
**Kecamatan Semen Kabupaten Kediri**

No	Nama Diskon	Deskripsi Penerapan
1	Diskon Persentase	Potongan harga berdasarkan persentase tertentu dari harga awal. Diterapkan pada semua produk selama promo musiman.
2	Diskon Kuantitas	Diskon yang digunakan berdasarkan pada jumlah pembelian. Seperti, pesan 50 pcs lebih dapat diskon 10%. Yang diterapkan pada produk kaos dan kemeja untuk mendorong pembelian dalam jumlah besar.
3	Diskon Hari Perayaan	Diskon spesial yang diberikan saat perayaan hari raya tertentu. Diterapkan pada produk banner, kaos, kemeja, umbul-umbul, dan spanduk untuk menarik minat konsumen selama periode tertentu.

Sumber: Data hasil observasi

Pada tabel 1.3 menjelaskan bahwa ada tiga jenis diskon yang diaplikasikan dalam objek penelitian. Diskon persentase digunakan untuk produk tertentu saat periode promo, diskon kuantitas mendorong pembelian dalam jumlah besar pada produk lain. Selanjutnya, penerapan diskon hari perayaan yang ditujukan untuk menarik konsumen selama perayaan dan meningkatkan loyalitas pelanggan pada produk tertentu.

Dengan adanya penerapan diskon yang tepat dan sesuai diharapkan mampu mengatasi masalah yang telah dihadapi oleh pemilik usaha. Namun, pada tahun 2020 penjualan barang mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan usaha Jabang Sablon tidak banyak memproduksi. Penurunan tingkat penjualan tersebut berada pada angka 1.700 dari banyaknya jenis yang terjual. Walaupun sudah menerapkan konsep diskon,

akan tetapi kebutuhan yang ada di masyarakat mengalami penurunan. Di tahun 2021, usaha Jabang Sablon mulai mengalami peningkatan. Hal ini terjadi karena adanya pelanggaran dari pemerintah untuk aktif di ruang publik, sehingga roda penjualan dapat bergerak kembali normal dengan mencapai penjualan 2.900. Dari total penjualan yang sudah dipaparkan tersebut, jenis-jenis barang pun juga memiliki skalah harga dan volume penjualan yang berbeda-beda. Berikut merupakan data peningkatan penjualan produk dan harga di Jabang Sablon.

**Tabel 1. 4**  
**Data Peningkatan Penjualan**  
**Usaha Jabang Sablon**

Penjualan	Data Penjualan Pertahun					Omset Tahun 2022 (Dalam Satuan Rupiah)
	Sebelum Penerapan Diskon	Sesudah Penerapan Diskon				
	2018	2019	2020	2021	2022	
	Dalam Satuan Pcs					
Kaos	1.500	2.100	2.500	2.900	2.900	244.550.000
Kemeja/PDH	950	1.200	1.450	1.700	1.700	335.400.000
Umbul-umbul	1.150	1.750	1.200	1.400	1.250	141.960.000
Training	1.300	1.800	1.300	2.100	2.000	127.600.000
Spanduk	115	425	500	610	670	31.540.000
Undangan	750	1.250	1.500	1.800	1.700	4.520.000
Stiker	1.500	2.100	2.400	2.700	2.250	2.900.000
Banner	125	300	525	600	375	12.600.000
Browsur	540	750	910	1.100	950	8.960.000
Kartu nama	-	-	-	-	50	25.000

Sumber: Pemilik usaha Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kediri

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dapat dilihat perbandingan penjualan Usaha Jabang Sablon sebelum dan sesudah penerapan strategi diskon. Pada tahun 2018, pemilik usaha belum menerapkan strategi diskon, namun penjualan tetap berjalan dengan baik. Pada tahun 2019, pemilik usaha mulai merancang strategi diskon untuk menarik lebih banyak konsumen, dan hasilnya adalah peningkatan

yang signifikan dalam penjualan. Pada tabel di atas juga dapat dilihat bahwa setiap produk mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Sebagai contoh, penjualan produk Kaos meningkat dari 1.500 pcs pada tahun 2018 menjadi 2.900 pcs pada tahun 2022. Dengan menerapkan strategi diskon, Usaha Jabang Sablon berhasil mencapai peningkatan penjualan yang cukup besar.

Selain itu, omset yang diperoleh pada tahun 2022 oleh Usaha Jabang Sablon untuk setiap produk yakni dihitung dengan mengalikan penjualan tahun 2022 dengan harga setelah diskon. Sebagai contoh, omset yang diperoleh dari penjualan Kaos pada tahun 2022 adalah sebesar Rp. 244.550.000. Dengan menerapkan strategi diskon yang efektif dan menarik, serta menyediakan produk berkualitas dengan pilihan yang beragam, Usaha Jabang Sablon berhasil mencapai peningkatan penjualan yang signifikan dan mendapatkan omset yang baik pada tahun 2022.

Selain itu Usaha Jabang Sablon juga memiliki berbagai pilihan produk dan layanan berkualitas dengan pelayanan yang memuaskan. Produk Kaos misalnya, memiliki berbagai varian bahan seperti KH, Semi Katun, TC, PE, BTM, Katun, *Combad 30s*, *Combad 24s*, Adidas, *Lotto*, *Fleece*, dan *Cotton Fleece* dengan bahan KH dan BTM sebagai pilihan yang paling *best seller*. Pemilihan bahan yang berkualitas dan beragam, serta penggunaan berbagai jenis sablon seperti karet, platisol, raster, DTF, dan polyprint, menjadikan produk-produk Usaha Jabang Sablon menarik bagi konsumen.

Berdasarkan pemaparan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dan pengkajian secara mendalam mengenai **Peran**

**Strategi Diskon dalam Meningkatkan Volume Penjualan (studi kasus pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kabupaten Kediri).**

**B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana strategi diskon pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana peran strategi diskon dalam meningkatkan volume penjualan pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kabupaten Kediri?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi diskon pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui peran strategi diskon dalam meningkatkan volume penjualan pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kabupaten Kediri

**D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan terhadap diskon yang diterapkan perusahaan, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Pemilik Usaha

Dapat digunakan sebagai acuan bagi pemilik usaha untuk mengupayakan peningkatan penjualannya serta nantinya dapat memperluas lagi jaringan konsumen.

b. Bagi Institut

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan koleksi perpustakaan dan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain.

c. Bagi Pihak Lainnya

Sebagai bahan acuan yang bisa dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang diharapkan mampu memaksimalkan karya ilmiah peneliti selanjutnya.

## **E. Telaah Pustaka**

1. *Peran Promo Diskon Online Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015) oleh Agnes Halida Waninghiyun, Institut Agama Islam Negeri Kediri (IAIN Kediri) 2018.*<sup>6</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil penelitian bahwa diskon sangat berpengaruh terhadap mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2015 dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut didasari oleh ajakan orang terdekat serta adanya iklan mengenai diskon online yang menarik minat konsumen. Secara sadar maupun tidak sadar mereka telah melakukan tindakan konsumtif saat memburu diskon online.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada bidang kajian yang akan diteliti. Penelitian ini terfokus pada peran promo diskon online

---

<sup>6</sup> Agnes Halida Waninghiyun, "Peran Promo Diskon Online Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015)" (Skripsi: IAIN Kediri, 2019).

dalam pengambilan keputusan sedangkan penelitian yang penulis akan lakukan adalah peran strategi diskon dalam meningkatkan penjualan.

2. *Analisa Strategi Promosi Melalui Discount Everyday, Midnight Sale, dan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan di Ramayana Departement Store Kediri. Oleh Ahmad Asep Zakaria, Institut Agama Islam Negeri Kediri (IAIN Kediri) 2019.*<sup>7</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan data deskriptif. Hasil penelitian adalah Ramayana Kediri semakin eksis dan dikenal promo-promonya secara luas melalui strategi promosi *discount everyday, midnight sale* dan dibantu oleh para konsumen melalui akun ig @ramyanakediri, yang mana sebelumnya Ramayana Kediri hanya mempromosikan produk beserta promonya secara *offline*.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai strategi diskon dalam meningkatkan penjualan, sedangkan perbedaannya terletak pada kajian penelitiannya.

3. *Pengaruh Discount Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee (studi kasus mahasiswa program studi ekonomi syariah angkatan 2017) oleh Binti Mas'amah, Institut Agama Islam Negeri Kediri (IAIN Kediri) 2021.*<sup>8</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan hasil penelitian dari 95 responden antara lain: 1) 70,53% responden menyatakan

---

<sup>7</sup> Ahmad Asep Zakaria, "Analisa Strategi Promosi Melalui Discount Everyday, Midnight Sale, Dan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Di Ramayana Departement Store Kediri" (Skripsi: IAIN Kediri, 2019).

<sup>8</sup> Binti Mas'amah, "Pengaruh Discount Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2017)" (Skripsi: IAIN Kediri, 2021).

bahwa diskon pada aplikasi shopee tergolong baik. 2) 90,53% responden menyatakan perilaku *impulse buying* pada aplikasi shopee tergolong cukup.

Persamaan peneliti dengan penelitian ini sama sama membahas mengenai diskon sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitiannya. Peneliti menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

4. *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart oleh Nimas Wulandari, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim (UIN SUSKA Riau) Pekanbaru, 2020.*<sup>9</sup>

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan rumus slovin dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan impulse buying pada perusahaan ritel jumbo mart. Hasil uji 18,2% keputusan *impulse buying* dipengaruhi oleh potongan harga.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa persamaan dan perbedaan. Perbedaan penelitian Nimas Wulandari dengan penelitian yang akan peneliti lakukanyaitupenelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan menggunakan rumus Slovin. Sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan persamaannya terletak pada pembahasan yang akan diteliti yaitu mengenai diskon.

---

<sup>9</sup> Nimas Wulandari, "Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart" (Skripsi: UIN SUSKA Riau, 2020).

5. *Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Implusif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kecamatan Pancur Batu) Oleh Shinta Srimenda BR. Ginting (2019) Universitas Sumatera Utara Medan).*<sup>10</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil uji 0,382 variabel diskon mempengaruhi variabel pengambilan keputusan sebesar 38,2%.

Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan dari peneliti adalah sama sama menjelaskan pengaruh diskon dalam penjualan, sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

---

<sup>10</sup> Shinta Srimenda BR. Ginting, "Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Implusif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kecamatan Pancur Batu)" (Skripsi: Universitas Utara Medan, 2019).