

## PENGARUH PEMBERIAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PINK CHILLING OUTLET KOTA MEDAN

Juli Nurhayati Pardosi<sup>1</sup>, Meriani Gunawan<sup>2</sup>, Ruthania Evani<sup>3</sup>, Ahmad Rangga Pradipa<sup>4</sup>, MHD Verdi Ritonga<sup>5</sup>, Yumna Aqila Danish<sup>6</sup>, Rio Firman Hidayat<sup>7</sup>, Aprinawati<sup>8</sup>  
[julipardosi17@gmail.com](mailto:julipardosi17@gmail.com)<sup>1</sup>, [merianigunawan8@gmail.com](mailto:merianigunawan8@gmail.com)<sup>2</sup>, [ruthaniaevani@gmail.com](mailto:ruthaniaevani@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[ranggapradipaahmad@gmail.com](mailto:ranggapradipaahmad@gmail.com)<sup>4</sup>, [verdiritonga12315@gmail.com](mailto:verdiritonga12315@gmail.com)<sup>5</sup>, [adeniish@gmail.com](mailto:adeniish@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[umjrjiofh@gmail.com](mailto:umjrjiofh@gmail.com)<sup>7</sup>, [aprinawati@unimed.ac.id](mailto:aprinawati@unimed.ac.id)<sup>8</sup>  
Universitas Negeri Medan<sup>1,7</sup>, Universitas Muhammadiyah Jember<sup>7</sup>

### Abstrak

Salah satu strategi untuk menarik minat beli pelanggan adalah dengan memberikan Diskon. Hal ini juga dilakukan oleh Gerai Es krim yaitu Pink Chilling yang merupakan Produk lokal dan hanya memiliki 2 outlet yang terletak di Kota Medan, yakni di daerah Pancing dan Cemara. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh Diskon terhadap keputusan pembelian dan keberlanjutan pembelian di Gerai Es krim Pink Chilling, Medan. Dengan menggunakan Analisis data Deskriptif Kualitatif yaitu dengan Teknik wawancara langsung pada 40 Narasumber pelanggan di Pink Chilling, hasil penelitian menunjukkan sebanyak 90% dari Narasumber yang diwawancarai mengatakan setuju bahwa mereka tertarik membeli Es krim karena adanya Diskon yang diberikan oleh kedua outlet Pink Chilling di Medan. Peneliti kembali mengajukan pertanyaan kepada narasumber dan memperoleh data bahwa 85% dari mereka mengatakan akan kembali membeli Es krim ketika periode Diskon berakhir. Sebanyak 7% mengatakan tidak akan kembali dan 8% mengatakan masih ragu-ragu. Dari hasil wawancara ini, peneliti menyimpulkan bahwa pemberian Diskon sebenarnya berpengaruh dalam keputusan pembelian, namun ada faktor lain yang juga mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen di Pink Chilling. Dari hasil wawancara, para konsumen di Pink Chilling menjelaskan beberapa faktor lain mengapa mereka akan tetap membeli ketika Diskon sudah berakhir, diantaranya adalah Faktor kenyamanan tempat dimana banyak dari mereka yang mengaku nyaman saat mengerjakan tugas, pelayanan yang ramah, fasilitas yang memadai dan bersih, lokasi yang dekat, dan rasa es krim yang enak.

**Kata Kunci:** Diskon, Keputusan Pembelian, Pembelian kembali.

### ABSTRACT

*One strategy to attract customer buying interest is to provide discounts. This is also done by Ice cream outlets, namely Pink Chilling which is a local product and only has 2 outlets located in Medan City, namely in the Pancing and Cemara areas. The purpose of this study is to determine the effect of discounts on purchasing decisions and the sustainability of purchases at Pink Chilling Ice Cream Outlets, Medan. By using Qualitative Descriptive Data Analysis with direct interview techniques on 40 customer resource persons in Pink Chilling, the results showed that as many as 90% of interviewees said they agreed that they were interested in buying ice cream because of the discounts given by the two Pink Chilling outlets in Medan. Researchers again asked questions to the interviewees and obtained data that 85% of them said they would return to buy ice cream when the discount period ended. 7% said they would not return and 8% said they were still undecided. From the results of this interview, researchers concluded that giving discounts actually influences purchasing decisions, but there are other factors that also influence consumer purchasing decisions. From the interviews, consumers at Pink Chilling explained several other factors why they will continue to buy when the discount is over, including the comfort factor of the place where many of them claim to be comfortable when doing tasks, friendly service, adequate and clean facilities, close location, and good ice cream taste.*

**Keywords:** Discount, Purchase Decision, Repurchase.

### PENDAHULUAN

Industri es krim di Indonesia merupakan industri yang berkembang pesat dengan nilai pasar yang semakin meningkat. Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor, seperti peningkatan keinginan, perubahan gaya hidup, perbedaan selera dan cuaca panas di Indonesia yang menyebabkan bertambahnya konsumen. Dalam konteks ini, Pink Chilling adalah Waralaba es krim yang berdiri sejak tahun 2020 saat pandemi covid-19. Es krim Pink Chilling memiliki 2 outlet di Medan, tepatnya di Pancing William Iskandar dan Cemara. Pink Chilling dikenal karena memiliki produk yang berkualitas tinggi, murah, dan memiliki suasana toko yang nyaman. Pink Chilling berupaya untuk mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan dalam industri makanan dan minuman adalah pemberian diskon kepada pelanggan. Diskon dianggap sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan minat beli pelanggan, mendorong pembelian berulang dan memungkinkan terjadinya pembelian secara impulsif oleh konsumen. Namun, efektivitas strategi pemberian diskon ini belum tentu sama untuk setiap bisnis, terutama ketika akan diterapkan dalam jangka panjang.

Pemberian diskon adalah salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan. Dalam industri makanan dan minuman, termasuk es krim, diskon dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pink Chilling yang berada di William Iskandar dan Jalan Cemara Komplek Ruko Great Arcade No.47 juga menggunakan strategi pemberian diskon untuk menarik pelanggan. Namun, efektivitas pemberian diskon terhadap keberlanjutan pembelian es krim di Pink Chilling masih perlu dipelajari lebih lanjut untuk jangka panjang. Meskipun diskon dapat meningkatkan penjualan sementara, pertanyaan yang mungkin bisa muncul adalah apakah pemberian diskon akan berdampak pada keberlanjutan pembelian jangka panjang dan apakah para konsumen akan tetap membeli setelah periode diskon berakhir.

Pada era industri modern saat ini, persaingan bisnis di berbagai sektor sudah semakin ketat. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah industri makanan dan minuman, terutama bisnis es krim. Dalam konteks ini, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Menurut Tjiptono, strategi pemasaran adalah alat yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan dengan mencapai pengembangan keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui pasar. Salah satu strategi perusahaan dalam memperkenalkan produk yang dimiliki adalah dengan melakukan promosi. (Boyd, et al. 2000:65) menyatakan bahwa Promosi merupakan upaya menarik konsumen dengan cara membujuk untuk menerima produk yang ditawarkan, sedangkan Strategi Promosi adalah suatu program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen. Minat beli konsumen yang tinggi merupakan faktor yang sangat penting dalam kemajuan suatu usaha. Pengambilan keputusan yang mereka lakukan menjadi proses evaluasi yang dilakukan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam pemilihan produk. Dengan adanya pemberian diskon, maka akan sangat berpengaruh pada minat beli konsumen. Namun disamping itu, kualitas produk yang diberikan juga harus sesuai dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pemberian diskon terhadap Keputusan Pembelian di Pink Chiling Outlet Kota medan”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besarkah pengaruh diskon terhadap Keputusan Pembelian es krim di Pink Chiling Pancing dan apakah konsumen tetap akan berkunjung kembali setelah periode diskon berakhir.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian dilakukan secara rasional, empiris, dan sistematis. Pada penelitian kualitatif masalah bertumpu pada satu fokus. Manfaat fokus penelitian yaitu penetapan fokus dapat membatasi studi dan penetapan fokus penelitian memiliki fungsi untuk memenuhi kriteria informasi yang baru diperoleh di lapangan (Moleong, 2014). Penelitian ini berfokus untuk mengetahui Analisis pengaruh pemberian diskon terhadap Pembelian keberlanjutan Es krim di Pink Chilling, Medan.

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian secara deskriptif kualitatif, karena peneliti berusaha mencari tahu pandangan, opini atau pendapat pelanggan terhadap pengaruh pemberian diskon terhadap Keputusan Pembelian Es krim di Pink Chilling, Medan. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada paham postpositivisme, yang digunakan untuk melakukan penelitian yang alamiah dengan teknik pengumpulan data secara gabungan (triangulasi), analisis data yang bersifat induktif atau deduktif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna secara umum (Sugiyono, 2013, hal. 9).

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Gerai Pink Chilling yang terletak di Pancing dan Cemara dengan waktu penelitian memperoleh data selama dua minggu. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui opini dari pelanggan mengenai pengaruh diskon terhadap Keputusan pembelian Es krim di Pink Chilling.

### **Sumber Data**

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung melalui pengumpulan data secara wawancara, observasi, dan angket (Sugiyono, 2013, hal. 137). Sumber data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara dari pelanggan di Pink Chilling Outlet Pancing dan Cemara. Sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui orang lain dan/ atau dokumen (Sugiyono, 2013, hal. 137). Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah beberapa sumber penelitian terdahulu, buku, internet, dokumentasi.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Wawancara atau interview merupakan salah satu cara yang digunakan untuk pengambilan data melalui kegiatan komunikasi secara lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Wawancara yang terstruktur adalah wawancara yang sudah diarahkan oleh sejumlah pertanyaan secara selektif. Secara umum wawancara mendalam adalah proses mendapatkan keterangan untuk tujuan suatu penelitian dengan cara yang dilakukan yaitu tanya jawab sambil bertatap muka langsung antara pewawancara dan informan, dengan atau tidak menggunakan pedoman wawancara, yang mana antara pewawancara dan informan terlibat secara kehidupan sosial dengan waktu relatif lama. Proses wawancara dilakukan dengan santai, tidak tendensius atau tegang, tidak mengarahkan jawaban informan supaya jawaban mengalir begitu adanya tetapi tetap dengan batasan fokus penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pemberian Diskon di gerai Pink Chiling outlet Pancing dan Cemara menjadi salah satu strategi yang dilakukan untuk menambah minat beli dari konsumen. Mereka memberikan Diskon yang beragam diantaranya yaitu diskon 2rb setiap hari pada setiap

produk yang mereka miliki dan diskon buy one get one yang diadakan setiap perayaan hari besar tertentu seperti : Idul Fitri, Natal, Imlek, dan lain-lain. Adapun diskon buy one get one juga tersedia pada produk minuman dan diadakan setiap minggunya. Banyak varian es krim yang tersedia di outlet Pink Chilling dan semua varian memiliki potongan harga senilai 2rb. Adapun jenis varian eskrim di Pink Chilling ada beragam diantaranya : Ice Cream Cone dengan beragam rasa, Ice Cream Sundae, Strawberry smoothie, Passion Fruit tea, Fruit tea Bucket, Mango Snow Ice, Brown Sugar Boba Milk Tea, Blueberry fruit tea, Squeezed Lemonade, Milk Tea Bucket, Americano, Brown Sugar ice coffe, Jasmine tea. Dari kedua outlet antara pancing dan cemara memiliki kesamaan pada diskon yang diberikan, dan memiliki perbedaan pada ukuran outlet nya. Pink Chiling outlet William Iskandar Pancing memiliki dua lantai, dimana pengunjung bisa memesan pesanan di lantai satu dan terdapat juga toilet yang bersih, dilantai dua-nya terdapat banyak tempat duduk, sehingga cenderung lebih luas dibandingkan outlet yang berada di cemara yang hanya memiliki satu lantai aja, namun fasilitas yang diberikan tetap sama.

Total responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 40 responden dengan jumlah pertanyaan sebanyak 15 yang ditanyakan melalui wawancara terhadap narasumber yaitu konsumen di gerai Pink Chiling. Berdasarkan hasil dari pelaksanaan wawancara yang dilakukan selama 2 minggu, diperoleh data bahwa diskon berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk melakukan Keputusan pembelian di outlet pink chilling. Namun, selain diskon, ada faktor lain yang berpengaruh besar terhadap keberlanjutan pembelian konsumen di outlet pink chilling. Hasil wawancara terhadap penelitian ini disajikan dalam table berikut :

Tabel 1.1 Kriteria Responden

No.	Kriteria	Keterangan	Jumlah
1	Usia	15-18	5
		19-22	35
2	Jenis kelamin	Laki-laki	16
		Perempuan	24
3	Status/pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	39
		Bekerja	1

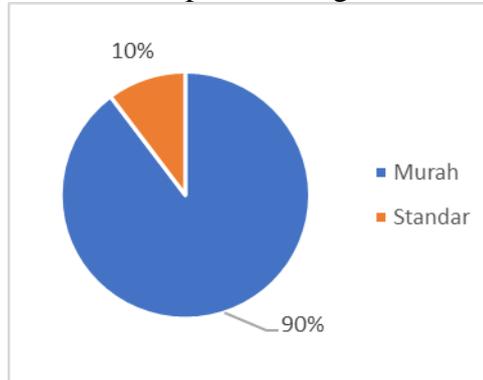
Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Pengaruh pemberian Diskon tidak memandang perbedaan usia, dimana kategori usia paling rendah dari narasumber adalah 15 tahun dan usia yang paling banyak ada di rentang 19-22 tahun. Di Outlet Pink Chilling Pancing dan Cemara, pelanggan yang menyukai es krim tidak hanya kaum Perempuan, namun juga laki-laki dimana dalam hasil wawancara terbukti bahwa ada 16 orang laki-laki yang menjadi narasumber dalam penelitian ini. Adanya diskon ini juga tidak hanya menyasar para pelajar namun juga menyasar pada mahasiswa bahkan pekerja. Hal ini dapat membuktikan bahwa pengaruh pemberian Diskon memiliki dampak yang cukup besar pada Keputusan pembelian oleh pelanggan yang memiliki karakteristik berbeda.

#### Keputusan Pembelian

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menyajikan alasan Keputusan pembelian dari pelanggan di gerai Pink Chilling. Dari Narasumber yang telah diwawancarai peneliti, di dapat beberapa jawaban bahwa banyak dari mereka yang menganggap bahwa Diskon

memiliki pengaruh besar terhadap Keputusan pembelian di Pink Chilling. Namun beberapa di antaranya juga mengemukakan alasan lain mengapa kembali membeli es krim di Pink Chilling.

Gambar 1. Grafik apakah Es Krim di pink chilling murah dari pada gerai sejenis ?



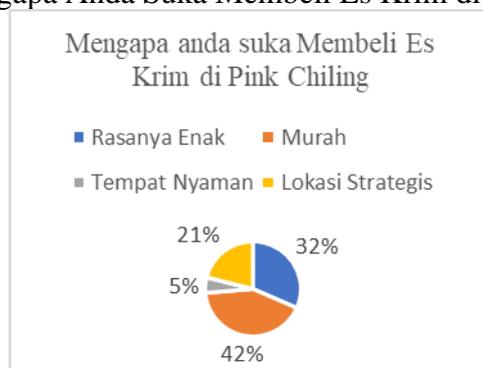
Dari hasil wawancara yang dilakukan, berdasarkan grafik di atas, 90% pelanggan Pink Chilling mengatakan bahwa Gerai Pink Chilling lebih murah dibandingkan dengan gerai sejenis. Namun sebesar 10% pelanggan yang serupa menganggap bahwa gerai Pink Chilling memiliki harga standar seperti toko ice cream pada umumnya.

Gambar 2. Grafik Seberapa Sering Anda Membeli Ice cream di Pink Chiling



Dari hasil wawancara menjelaskan bahwa sebesar 33% pelanggan yang kembali lagi untuk membeli bahkan cukup sering ke Gerai Pink Chiling, namun sebesar 51% mengaku kembali ke Gerai hanya dalam beberapa kali dan angka tersebut adalah angka yang mendominasi, sisanya sebanyak 16% jarang kembali ke Gerai karena beberapa alasan tertentu.

Gambar 3. Grafik Mengapa Anda Suka Membeli Es Krim di Pink Chiling



Dari wawancara yang dilakukan terdapat 4 point yang menjadi alasan umum mengapa pelanggan suka membeli ice cream/produk yang disajikan oleh outlet Pink Chilling, yakni sebesar 32% beranggapan bahwa rasa Ice Cream atau menu yang disajikan memiliki rasa yang Enak. Tidak hanya memiliki rasa yang enak namun sebanyak 42%

merasa bahwa Pink Chilling memberikan harga yang aman dikantong mahasiswa dan masyarakat umum, lokasi Outlet yang strategis juga menjadi alasan 21% pelanggan kembali lagi untuk membeli, dan sisanya sebanyak 5% mengaku bahwa outlet Pink Chilling memiliki fasilitas dan suasana yang cukup nyaman.

Gambar 4. Grafik Bagaimana Menurut Anda Pelayanan di Gerai Pink Chiling



Dari hasil grafik diatas sebanyak 97% mengaku pelayanan yang disajikan di Gerai Pink Chilling sangat baik dan ramah dan alasan tersebut sangat mendominasi dan menjadi point utama mengapa pelanggan kembali membeli. Sisanya sebanyak 3%



pelanggan memiliki alasan yang berbeda yakni karena kecepatan pelayanan yang disajikan oleh Pink Chilling.

Gambar 5. Grafik Apa yang membedakan Pink Chiling dengan Gerai Ice Cream yang lain



55% pelanggan beranggapan bahwa Pink Chilling berbeda dengan Gerai sejenis dari segi harga, Pink Chilling berhasil menyajikan harga yang cukup murah sehingga menjadi alasan untuk pelanggan menjadi pelanggan tetap di Gerai tersebut, sebanyak 40% kembali berkunjung dikarenakan Lokasi yang strategis sehingga sangat mudah untuk di singgahi. Namun sebesar 5% mengaku kembali dan menjadi pelanggan dikarenakan diskon yang diberikan disetiap harinya sangat bervariasi dan cukup banyak.

Gambar 6. Grafik Apakah Suasana di Pink Chiling membuat anda nyaman?

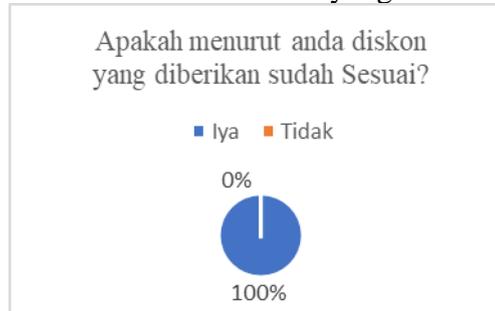
Lokasi dan suasana yang nyaman adalah alasan yang harus diciptakan oleh Pink Chilling untuk mempertahankan bahkan menarik pelanggan untuk membeli produk mereka, dan dari hasil wawancara sebanyak 97% mengaku Pink Chilling telah berhasil memberikan suasana terbaik dan nyaman, namun Pink Chilling gagal memberikan anggapan tersebut kepada 3% pelanggan lainnya dikarenakan alasan tertentu.

Gambar 7. Grafik Apakah diskon yang diberikan membuat anda akan Kembali datang ke gerai pink chilling ?



Diskon ternyata menjadi salah satu alasan yang utama untuk pelanggan melakukan pembelian kembali, karena dari hasil wawancara 90% responden mengakui bahwa diskon yang Pink Chilling sajikan disetiap harinya menjadi alasan mengapa mereka menjadi pelanggan tetap di Gerai Pink Chilling. Namun diskon yang diberikan tidak menjadi alasan 10% responden lainnya untuk kembali.

Gambar 8. Grafik Apakah menurut anda diskon yang diberikan sudah sesuai?



Dari anggapa pelanggan/responden beranggapan bahwa diskon yang diberikan sudah sangat sesuai, hal tersebut dibuktikan dengan 100% responden menyetujui ketepatan diskon yang disajikan.

Gambar 9. Grafik Diskon Ice Cream Mana Yang Paling Menarik Menurut Anda?



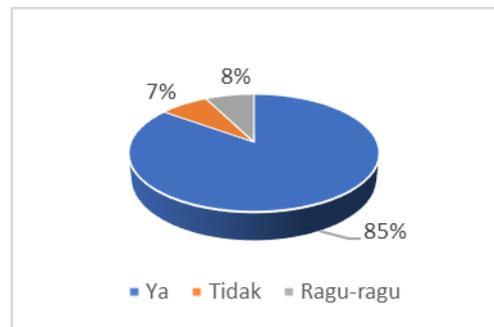
Selama ini Pink Chilling terus menyajikan diskon yang sangat beragam dari mulai potongan 2 ribu disetiap pembelian, hingga Buy one get one. Namun dari hasil wawancara 67% beranggapan bahwa diskon yang paling menarik adalah Buy one get one yang

diadakan disetiap minggunya dan diskon 2 ribu menyusul dengan angka 31%, sementara 2% lainnya tidak memiliki tanggapan apapun.

Gambar 10. Grafik apakah ada pengaruh Diskon terhadap pembelian konsumen.



Gambar 11. Grafik apakah Tertarik membeli kembali jika Gambar 11. Grafik Apakah ketika Periode Diskon Berakhir Anda Masih Tertarik Mengunjungi dan Membeli Es Cream di Pink Chiling



Dari grafik 10 dan 11 yang disajikan di atas, terbukti bahwa pelanggan tertarik membeli es krim di Pink Chilling karena adanya Diskon. Sebanyak 90% dari Narasumber yang diwawancarai mengatakan setuju bahwa mereka tertarik membeli es krim karena adanya Diskon yang diberikan oleh kedua outlet Pink Chilling di Medan. Pada Keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan, peneliti kembali mengajukan pertanyaan kepada narasumber dan memperoleh data bahwa 85% dari mereka mengatakan akan kembali membeli Es krim ketika periode Diskon berakhir. Sebanyak 7% mengatakan tidak akan kembali dan 8% mengatakan masih ragu-ragu. Dari hasil wawancara ini, peneliti menyimpulkan bahwa pemberian Diskon sebenarnya berpengaruh dalam keputusan pembelian, namun ada faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari hasil wawancara, para konsumen di Pink Chilling menjelaskan beberapa faktor lain mengapa mereka akan tetap membeli ketika Diskon sudah berakhir, diantaranya adalah Faktor kenyamanan tempat dimana banyak dari mereka yang mengaku nyaman saat mengerjakan tugas, pelayanan yang ramah, fasilitas yang memadai yaitu bersih dan ada AC-nya, lokasi yang dekat, dan rasa es krim yang enak.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil wawancara yang telah dijelaskan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah Variabel pemberian Diskon berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian es krim di Pink Chiling. Ini terbukti dengan hasil wawancara terhadap 40 responden menunjukkan persentase sebesar 90% yang menjawab “Iya”. Sementara itu, didapat hasil apakah konsumen masih tertarik membeli kembali ketika periode diskon berakhir yang dibuktikan oleh jumlah responden yang menjawab “tertarik yaitu sebanyak 85%. Diskon memang berpengaruh terhadap ketertarikan pengunjung untuk datang ke Pink Chilling, tetapi untuk berkunjung kembali ternyata

Diskon bukan faktor satu-satunya. Meskipun dari hasil Penelitian ditunjukkan bahwa 90% dari total responden mengatakan bahwa Diskon yang diberikan akan membuat mereka datang kembali, Namun padapertanyaan lain yang di ajukan, sebanyak 85% responden mengatakan bahwa mereka akan tetap kembali ke Pink Chilling bahkan ketika periode Diskon sudah berakhir. Hal ini disebabkan karena adanya faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi Pembelian keberlanjutan di Pink Chilling, diantaranya adalah: Faktor kenyamanan tempat, pelayanan yang ramah, fasilitas yang memadai, tempat yang bersih, lokasi yang dekat, dan rasa es krim yang enak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, Harper W., Orville C. Walker dan Jean- Claude Larrenche. 2000, Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Jilid 2. Edisi Kedua. Alih Bahasa : Imam Nurmawan. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Cahya, A. D., Nur Hajati, & Basalama, M. R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. E – Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN, 09(02). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/7234/5806>
- Fadillah, A, & Syarif, R (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, [jurnal.ibik.ac.id](http://jurnal.ibik.ac.id), <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/256>
- Faridha Anggraeni. (2016). Pengaruh Promosi , Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket PTC Surabaya. Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(7), 1-15 <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/835/848>
- Indriani, N., Sudarwati, & Maryam, S. (2020). Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta). Jurnal Widya Ganecwara, 29(3). <http://ejournal.utp.ac.id/index.php/JWG/article/view/1135/520520984>
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, A., & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. Jurnal Sains Manajemen, 5(2), 137-160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Ningsih, W. (2017). Pengaruh Produk Pelayanan dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Bella ACC Yogyakarta. [Http://Repository.Upy.Ac.Id/](http://Repository.Upy.Ac.Id/). <http://repository.upy.ac.id/1398/1/Artikel.pdf>
- Sugiyono. 2016. Memahami Penelitian Kualitatif.
- Widodo, MWBSJ, Zulianto, M, & ... (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). Ekonomi Akuntansi dan, [ojs.unpkediri.ac.id](http://ojs.unpkediri.ac.id), <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/jpeaku/article/view/17979>.