



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

ANALISIS PEMBERIAN DISKON DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI MISS GLAM TEMBILAHAN.

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian oral comprehensive
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri*



OLEH:

NANDO AWALIA RIZKI FANDIA
NIM. 101181010079

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN
2025**



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nando Awalia Rizki Fandia
NIM : 101181010079
Prodi : Manajemen
Pekerjaan : Mahasiswa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul Analisis Pemberian Diskon Dalam Meningkatkan Minat Beli di Miss Glam Tembilahan benar karya saya asli kecuali yang dicantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan, maka hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan seperlunya.

Tembilahan, 05 Mei 2025

Saya yang menyatakan

NANDO AWALIA RIZKI FANDIA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



ABSTRACT

An Analysis of Discount Strategies in Enhancing Consumer Purchase Interest at Miss Glam Tembilahan

Nando Awalia Rizki Fandia, Management, Faculty of Economics and Business,
Islamic University of Indragiri
Email: Nando.awalia250217@gmail.com

Abstract: *This research aims to analyze the implementation of discount strategies in increasing consumer purchase intention at Miss Glam Tembilahan. The research method used is qualitative. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The data were analyzed using a descriptive qualitative approach. The results of the study indicate that discounts are one of the most effective promotional strategies to attract consumer attention and influence purchasing behavior. Consumers exhibit both emotional and rational responses when they encounter large discounts, whether in percentage or nominal form. Significant price reductions, attractive visual displays, and limited-time offers create a sense of urgency and a perception of rare opportunity, which directly increase consumer engagement in promotional areas. Consumers not only stop and pay attention to discount information, but also engage actively by reading promotional details, comparing prices, and making immediate purchase decisions. Discounts effectively displayed can transform casual interest into actual buying behavior. Moreover, discounts generate social effects, where consumers discuss and recommend discounted products to others, indicating the presence of social influence in purchase decision-making. In the context of purchase intention, discounts have proven to enhance product appeal, encourage impulsive buying, stimulate social conversations about buying plans, and expand promotional reach through word-of-mouth recommendations. Thus, discount strategies are not merely marketing tools, but also psychological and social factors that shape consumer decisions holistically. Well-targeted discounts can create a satisfying shopping experience that benefits both consumers and businesses.*

Keywords: Discount Offering, Increasing, Purchase Intention



ABSTRAK

Analisis Pemberian Diskon Dalam Meningkatkan Minat Beli di Miss Glam Tembilahan

Nando Awalia Rizki Fandia, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Islam Indragiri
Email: Nando.awalia250217@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pemberian Diskon Dalam Meningkatkan Minat Beli di Miss Glam Tembilahan. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik Observasi, Wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon merupakan salah satu strategi promosi paling efektif dalam menarik perhatian dan mendorong perilaku pembelian konsumen. Konsumen menunjukkan respons emosional dan rasional yang kuat ketika melihat potongan harga besar, baik dalam bentuk persentase maupun nominal. Potongan harga besar, visualisasi menarik, dan batas waktu yang terbatas mampu menciptakan rasa urgensi dan peluang langka, yang secara langsung meningkatkan aktivitas konsumen di area promosi. Konsumen tidak hanya berhenti dan memperhatikan informasi diskon, tetapi juga menunjukkan keterlibatan aktif, seperti membaca detail promo, membandingkan harga, hingga mengambil keputusan pembelian langsung. Bahkan diskon yang ditampilkan secara efektif mampu mengubah niat konsumen dari sekadar melihat-lihat menjadi membeli. Selain itu, diskon menciptakan efek sosial, di mana konsumen berdiskusi dan menyarankan produk kepada orang lain, yang menunjukkan adanya pengaruh sosial dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks minat beli, diskon terbukti dapat meningkatkan ketertarikan terhadap produk, mendorong pembelian spontan, merangsang percakapan sosial mengenai rencana pembelian, dan memperluas jangkauan promosi melalui rekomendasi antarindividu. Dengan demikian, pemberian diskon bukan hanya alat pemasaran, tetapi juga menjadi faktor psikologis dan sosial yang mampu membentuk keputusan konsumen secara menyeluruh. Diskon yang dirancang secara tepat sasaran mampu menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan sekaligus menguntungkan bagi konsumen dan pelaku usaha.

Kata Kunci: Pemberian Diskon, Meningkatkan, Minat Beli

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Hanya kepadamu kami menyembah dan hanya kepadamu kami meminta pertolongan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad Rasulullah SAW, mudah-mudahan kita semua mendapatkan safaatnya kelak Aamiin.

Dengan rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga pada pihak-pihak yang telah berjasa dalam menyusun skripsi ini. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Penasehat Akademik yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada peneliti selama menyusun skripsi.

Kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda *Arifin* dan Ibunda *Erni Hastuti*, yang dengan penuh kasih sayang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, serta memberikan dukungan moral dan materiil yang tak ternilai harganya. Segala doa, pengorbanan, dan cinta kasih yang tulus menjadi sumber kekuatan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Najamuddin, Lc., M.A, selaku Rektor Universitas Islam Indragiri (UNISI).
2. Bapak Dr.Ahmad Rifa'I, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

3. Ibu Syafrinadina, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.
4. Bapak Yaswar Aprilian, SE., MM Selaku Pembimbing I.
5. Bapak Muhammad Fauzan, SE., MM Selaku Pembimbing II.
6. Para dosen yang telah memberikan bimbingan akademik kepada peneliti selama perkuliahan.
7. Pimpinan Perpustakaan Universitas Islam Indragiri (UNISI) beserta karyawan, yang dengan senang hati telah memberikan pelayanan yang memungkinkan peneliti mendapatkan buku-buku dan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam perkuliahan maupun Penulisan Skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan angkatan.
9. Seluruh keluarga, sanak famili dan semua pihak yang ikut membantu dan memberikan dorongan serta motivasi kepada peneliti.

Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan pembaca semua. Peneliti juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca semua demi kesempurnaan skripsi ini.

Peneliti

NANDO AWALIA RIZKI FANDIA



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis.....	33
E. Variabel Penelitian.....	33
1. Konsep Operasional Variabel.....	33
2. Indikator Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Obyek Penelitian Dan Waktu Penelitian.....	37
B. Jenis Penelitian dan Sumber Data	37
C. Populasi dan Sampel	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Teknik Analisa Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

B. Hasil Penelitian	47
C. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
DOKUMENTASI	76

