



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2004). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asterrina, F. (2018). *Pengaruh Diskon terhadap Perilaku Impulse Buying*. Jurnal Riset Pemasaran, 4(2)
- Asterrina, R. (2011). *Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Ayantunji, G. (2007). *Consumer reaction to promotional tools*. Lagos: Nigerian Journal of Marketing.
- Baskara, I. B. (2019). *Pengaruh Potongan Harga Diskon terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 7(1)
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J. C. (2010). *Marketing management: A strategic approach with a global orientation* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dewi, K. T., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 6(2).
- Durianto, D., & Liana, L. (2004). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effi Aswita Lubis. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif: Teknik dan prosedur*. Medan: Perdana Publishing.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2012). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Dasar-dasar pemasaran* (Edisi kesepuluh). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kraft, M., & Matrala, S. (2006). *Retail management and sales promotion*. New York: McGraw-Hill.
- Kusnawan, D., Diana, A., Andy, & Tjong, S. T. (2019). *Pemberian diskon sebagai upaya peningkatan penjualan produk*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 11(1)

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



Kusumawardani, R. (2011). *Analisis pengaruh citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Laksana, M. F. (2008). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Lee, J., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: Mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0129-2>

Lexy J. Moleong. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Musfiqon, H. (2012). *Pengembangan sumber belajar dan media pembelajaran*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Nangoy, R., Tumbuan, W. J. F. A., & Program, S. M. (2018). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. *Jurnal EMBA*, 6(2)

Oentoro, P. (2012). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Philip Kotler dan Gary Armstrong, (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Putra, D. P., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1)

Putra, N. I. (2018). *Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah terhadap Pembelian Impulsif pada Fashion Retail*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1)

Raghubir, P. (2004). Coupons in context: Discounting prices or decreasing profits? *Journal of Retailing*, 80(1)

Rahayu, T. (2018). Peran pemasaran dalam siklus hidup produk. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(1)

Rockney, W., Kotabe, M., & Helsen, K. (1998). *Global Marketing Management*. New York: Wiley.

Santini, F. O., Sampaio, C. H., Perin, M. G., & Vieira, V. A. (2015). Promotional strategies and consumer behavior: A meta-analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

Sari, A. K. (2020). *Pengaruh Diskon, Brand Image, dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3).

Stanton, W. J. (2003). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.

Sudrajat, D., Putri, N., & Putri, W. (2017). Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(3).

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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.
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.



- Sutisna, M. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2005). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Tang, D. Y., & Hao, Y. (2017). Consumer perception of pricing strategies on old and new products. *Journal of Retail Marketing*, 8(2).
- Tiptono, F. (2008). *Strategi promosi dan komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Wahyudi, S. (2017). *Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 5(2).
- Werdani, D. A., Kurniawati, F. A., Sukoco, B. M., Windriya, W., & Iskandar, D. (2020). Strategi pemasaran digital: Studi kasus UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1).
- Wibowo, A., & Japariato, E. (2013). Pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1).
- William J. Stanton, (1984) *Fundamentals of Marketing*, New York: McGraw-Hill.
- Winarto Surahman. (1990). *Pengantar statistik dan metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yin, H., & Huang, L. (2014). Price discount impact on consumer behavior. *Marketing Science Review*, 10(3), 45–51. (Dalam: Lee & Chen-Yu, 2018)
- Zacharias, N., & Manalel, J. (2009). *Effectiveness of sales promotion in retail industry*. Kerala: Indian Journal of Marketing.



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.

Kuesioner Penelitian

ANALISIS PEMBERIAN DISKON DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI MISS GLAM TEMBILAHAN, Oleh karena itu diharapkan Bpk/Ibu/Sdr/Sdri agar dapat memberikan jawaban yang sebenarnya demi membantu penelitian ini.

Intruksi untuk responden

1. Mohon diisi dengan jujur dan teliti
2. Setiap pertanyaan memiliki jawaban secara singkat saja
3. Jika ada pertanyaan yang tidak jelas, silakan hubungi peneliti.

Terimakasih kepada Bpk/Ibu/Sdr/Sdri atas waktu dan kesediaannya mengisi kuesioner ini.

Semoga bermanfaat bagi kita semua.

*** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

1. Nama*
2. Pekerjaan*
3. Jenis Kelamin*
4. Umur*

Pertanyaan ini berisikan tentang **MISS GLAM TEMBILAHAN**

1. Anda lebih tertarik pada jenis diskon seperti apa: persentase (misalnya 20%) atau nominal (misalnya potong Rp20.000)? Mengapa?
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
2. Menurut Anda, seberapa besar pengaruh potongan harga terhadap keputusan Anda dalam membeli suatu produk?
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju



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

Idunggi Undang

Universitas Islam Indragiri

3. Apakah durasi atau masa berlaku diskon memengaruhi keputusan Anda untuk membeli?*
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
4. Apa yang membuat diskon terlihat menarik di mata Anda?*
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
5. Setelah melihat diskon, apakah Anda biasanya langsung tertarik pada produk tersebut? Mengapa?*
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
6. Apakah diskon membuat Anda jadi lebih ingin segera membeli produk tersebut, meskipun sebelumnya tidak berencana?*
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
7. Apakah Anda pernah merencanakan pembelian hanya karena mengetahui akan ada diskon di waktu tertentu?*
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
8. Apakah Anda pernah merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga hanya karena produk tersebut sedang diskon?*
 - a. sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju



DOKUMENTASI



s 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.