


## PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DI PT. PLN UP3 BAUBAU (STUDI PADA PROGRAM “NYAMAN KOMPOR INDUKSI”)

Muhammad Iqbal Nur\*<sup>1</sup>, Hasni<sup>2</sup>, Nur Zarliani Uli<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

Corresponding Author: [hasni76hasni@gmail.com](mailto:hasni76hasni@gmail.com)

<b>Info Article</b>	<b>Abstract:</b> <i>This study aims to determine whether price discounts affect buying interest, service quality affects buying interest and whether price discounts and service quality simultaneously affect buying interest. Slovin technique with sample calculation results 77 respondents. The result that the discount has a significant effect on buying interest, from the t test the significance value of the discount variable is <math>0.005 &lt; 0.05</math>. The value of <math>t_{count} &gt; t_{table}</math> is <math>2.886 &gt; 1.668</math>. The service quality variable shows a significant influence on buying interest with the results of the t test significance value of <math>0.000 &lt; 0.05</math> and the value of <math>t_{count} &gt; t_{table}</math>, namely <math>5.745 &gt; 1.668</math>. The results of the f test show a significant effect of discount variables and service quality simultaneously on buying interest where the significance value is <math>0.000 &lt; 0.05</math> and the value of <math>F_{count} &gt; F_{table}</math>, namely <math>62.849 &gt; 3.12</math>. The results of the coefficient of determination test obtained an Adjusted R Square value of 0.619, this figure means that the discount variable (X1) and the service quality variable (X2) simultaneously (together) affect the purchase interest variable (Y) by 61.9%. While the remaining 38.1% is influenced by other variables not examined.</i>
Received :	
01 September 2024	
Revised :	
07 Oktober 2024	
Accepted :	
02 November 2024	
Publication :	
30 November 2024	
<b>Keywords:</b>	
<i>Price Discounts,</i>	
<i>Service Quality,</i>	
<i>Purchase Interest.</i>	
<b>Kata Kunci :</b>	
Potongan Harga,	
Kualitas Pelayanan,	
Minat beli	
<b>Licensed Under a</b>	
<i>Creative Commons</i>	
<i>Attribution 4.0</i>	
<i>International</i>	
<i>License</i>	
	

## INTRODUCTION

Listrik saat ini sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari manusia. Mulai dari kita bangun sampai tidur lagi semuanya membutuhkan listrik, mulai dari kebutuhan industri sampai dengan rumah tangga akan membutuhkan listrik. Begitu besar peran listrik di kehidupan kita sekarang ini, bahkan kita bisa membayangkan bagaimana kalau sampai terjadi pemadaman listrik dalam waktu lama. Jika hal itu terjadi maka akan banyak sisi kehidupan yang terganggu dan banyak kerugian yang akan terjadi terutama di industri. Untuk itulah penyedia listrik di Indonesia harus memiliki keandalan yang tinggi sehingga dapat meminimalisir pemadaman dan menjamin kualitas listrik yang sampai ke pelanggan dengan baik. Di balik itu semua, terdapat berbagai rangkaian proses yang digunakan dari awal dibangkitkannya listrik, proses, dan hingga dimanfaatkan pelanggan. Eko Arianto (2021).

Mengingat begitu pentingnya manfaat tenaga listrik, maka pemerintah mengeluarkan Peraturan Perundang-undangan No. 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan untuk mengatur masalah-masalah tentang listrik, baik itu teknis, pengaturan, pelaksanaan, serta sanksi pidana bagi yang melakukan pelanggaran baik secara sengaja maupun tidak. Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 3 Tahun 2005 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah No.10 Tahun 1989 tentang Penyediaan dan Pemanfaatan Tenaga Listrik. Listrik termasuk barang bergerak yang tidak bertubuh, artinya barang yang tidak dapat dilihat, tetapi dapat dirasakan manfaatnya. Oleh karena itu produk listrik tersebut merupakan objek transaksi jual beli yang mengandung resiko cukup besar. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 10 (1989).

Permohonan perubahan daya listrik menjadi salah satu cara agar pelanggan dapat menikmati listrik sesuai dengan kebutuhan dan tingkat penambahan peralatannya. Penambahan alat elektronik ataupun adanya usaha baru yang memerlukan tingkat konsumsi dan penggunaan daya listrik yang lebih besar akan mendorong pelanggan untuk memerlukan listrik yang lebih besar pula. Untuk meningkatkan minat beli pelanggan dalam menggunakan layanan ini maka sejak awal tahun 2022 PT.PLN (Persero) UP3 Baubau menyediakan berbagai program diskon biaya penyambungan perubahan daya.

Salah satu program yang gencar di promisikan yaitu potongan harga biaya penyambungan ubah daya listrik “Nyaman Kompor Induksi”. Program ini diperuntukkan untuk pelanggan tarif rumah tangga sambungan 1 Phasa dengan daya kontrak 450 VA

sampai dengan 11.000 VA. Pelanggan yang masuk dalam kategori ini hanya perlu melakukan pembelian kompor listrik induksi di gerai-gerai yang telah bekerja sama dengan PT. PLN UP3 Baubau. Dari transaksi tersebut pelanggan akan menerima invoice pembelian kompor induksi. Selanjutnya pelanggan dapat langsung melakukan permohonan ubah daya listrik ke Kantor Unit Layanan Pelanggan di bawah wilayah kerja PT. PLN UP3 Baubau ataupun dengan membawa data pelanggan serta invoice pembelian kompor induksi tadi. Permohonan ini juga dapat dilakukan melalui aplikasi PLN Mobile yang dapat di download pada app store. Data permohonan yang sudah diverifikasi dan dinyatakan lengkap akan langsung di proses sesuai besaran permohonan daya pelanggan di mana biaya penyambungan ubah daya listrik yang akan dikenakan yaitu hanya sebesar Rp.150.000. Berikut ini data jumlah pelanggan yang menggunakan layanan program ubah daya pada kantor PT. PLN UP3 Baubau pada tahun 2022.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Ubah daya Program Nyaman Kompor Induksi

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	24
2	Februari	30
3	Maret	192
4	April	117
5	Mei	57
6	Juni	83
7	Juli	62
8	Agustus	67
9	September	6
10	Oktober	40
11	November	72
12	Desember	88
Total		838

Sumber: PLN UP3 Baubau (Niaga)

Dari Tabel 1 di atas terlihat sampai dengan akhir periode program tersebut, terdapat total pelanggan yang menggunakan program “Nyaman Kompor Induksi” ini sebanyak 838 pelanggan. Dimana dapat kita lihat pula setiap bulannya total pelanggan yang menggunakan layanan tersebut berfluktuatif. Puncak penggunaan layanan program ini terjadi di Bulan Maret yaitu dengan total 192 pelanggan dan terendah pada Bulan September yaitu hanya 6 pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pelanggan di PT. PLN UP3 Baubau (Studi Pada Program “Nyaman Kompor Induksi”).

## METHOD

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, data diperoleh dari hasil jawaban responden yang melalui angket atau kuesioner yang dibagikan melalui google form kepada seluruh responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan program “Nyaman Kompor Induksi” di wilayah kerja PT. PLN UP3 Baubau yang berdomisili di Kota Baubau yaitu sebanyak 335 pelanggan selama periode tahun 2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 77 pelanggan atau responden. Untuk mengetahui apakah kuesioner mendapatkan hasil yang valid dan realibel dilakukan teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas. Sebelum dilakukan uji regresi linear berganda, uji instrumen dan uji koefisien determinasi, untuk memberikan kepastian dimana persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dan konsisten maka dilakukan uji asumsi klasik, selanjutnya data diolah menggunakan program SPSS Versi 21.

## RESULTS AND DISCUSSION

Penelitian ini menerapkan analisis regresi berganda untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Yaitu variable potongan harga dan variable kualitas pelayanan terhadap variable minat beli. Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS 21.

Tabel 3.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.195	3.147		.380	.705
Potongan Harga	.480	.166	.285	2.886	.005
Kualitas Pelayanan	.486	.085	.568	5.745	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data olahan SPSS 21

Dari tabel 2 di atas memberikan informasi tentang persamaan regresi dan ada tidaknya pengaruh variabel potongan harga dan kualitas pelayanan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap minat beli. Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad \text{atau}$$

$$Y = 1,195 + 0,480X_1 + 0,486X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 1,195. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi potongan harga (X1), dan kualitas pelayanan (X2), bernilai 0 persen (0%) atau tidak mengalami perubahan, maka nilai minat beli adalah 1,195.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel potongan harga (X1) yaitu sebesar 0,480. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel potongan harga dan minat beli. Hal ini artinya jika variabel potongan harga mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel minat beli akan mengalami kenaikan atau meningkat sebesar 0,480. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu sebesar 0,486. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel kualitas pelayanan dan minat beli. Hal ini artinya jika variabel potongan harga mengalami kenaikan 1%, maka variabel minat beli akan mengalami kenaikan atau meningkat sebesar 0,486. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier berganda mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Berikut adalah hasil uji t dengan menggunakan bantuan SPSS 21.0.

Tabel 3. Hasil Uji t

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.195	3.147		.380	.705
	Potongan Harga	.480	.166	.285	2.886	.005
	Kualitas Pelayanan	.486	.085	.568	5.745	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel 3 di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Diperoleh nilai t hitung untuk variabel potongan harga sebesar 2,886 sementara nilai t tabel dengan N sebanyak 77 yaitu  $dk = n-2$  ( $77-2=75$ ) dengan tingkat signifikansi

5 % sebesar 1,992. Sehingga nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $2,886 > 1,992$ . Selanjutnya nilai sig. variabel potongan harga adalah 0,005 sedangkan taraf signifikan yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig  $0,005 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh potongan harga terhadap minat beli.

- 2) Diperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 5,745 sementara nilai  $t$  tabel dengan  $N$  sebanyak 77 yaitu  $dk = n-2$  ( $77-2=75$ ) dengan tingkat signifikansi 5 % sebesar 1,992. Sehingga nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $5,745 > 1,992$ . Selanjutnya nilai sig. variabel kualitas pelayanan adalah 0,000 sedangkan taraf signifikan yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli.

Uji F digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama Berikut hasil Berikut adalah hasil uji f dengan menggunakan bantuan SPSS 21.0:

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	538.442	2	269.221	62.849	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	316.987	74	4.284		
Total	855.429	76			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

Sumber : Data olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel 4 di atas diiperoleh nilai F hitung untuk variabel potongan harga dan kualitas pelayanan sebesar 62,849 sementara nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5 % sebesar 3,12. Sehingga nilai F hitung  $>$  F tabel yaitu  $62,849 > 3,12$ . Selanjutnya nilai F sig. adalah 0,000 sedangkan taraf signifikan yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat beli, atau dengan kata lain model regresi linier yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli.

Uji koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai *R Square* atau *Adjusted R-Square*. Berikut bukti hasil uji F dengan menggunakan bantuan SPSS 21.0.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.629	.619	2.070

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Potongan Harga

Sumber : Data olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel 5 di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,619 yang berarti bahwa besarnya nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* sama dengan 61,9 %. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel potongan harga dan variabel kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel minat beli sebesar 61,9%. Sedangkan sisanya 38,1 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## Discussion

1. Pengaruh potongan harga terhadap minat beli mengacu pada kriteria pengaruh uji koefisien regresi atau uji t. Berdasarkan hasil analisis inferensial atau hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara potongan harga (X1) terhadap minat beli (Y). Hal ini berdasarkan nilai Sig. variabel potongan harga yaitu  $0,005 < 0,05$  dan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu  $2,886 > 1,668$ , sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Artinya ada pengaruh potongan harga (X1) terhadap minat beli (Y). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Brenda Yohana (2022), dimana dalam penelitiannya tersebut mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif antara potongan harga terhadap minat konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Danu Ananda (2021), di mana terdapat pengaruh signifikan potongan harga. Serta sesuai hasil penelitian Bella Nanda Ardhya (2019), yaitu diskon atau potongan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa potongan harga adalah penghematan biaya penyambungan ubah daya listrik yang diberikan oleh PT. PLN UP3 Baubau kepada pelanggan yang menggunakan program “Nyaman Kompor Induksi” selama periode program ini berlangsung. Semakin besar potongan harga maka semakin tinggi minat beli pelanggan PT.PLN UP3 Baubau.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli mengacu pada kriteria pengaruh uji koefisien regresi atau uji t. Berdasarkan hasil analisis inferensial atau hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas

pelayanan (X2) terhadap minat beli (Y). Hal ini berdasarkan nilai Sig. variabel potongan harga yaitu  $0,000 < 0,05$  dan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $5,745 > 1,668$  sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli (Y). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Brenda Yohana Walangitan (2022), dimana dalam penelitiannya tersebut mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Danu Ananda (2021), di mana terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kepuasan atau pengalaman yang diberikan oleh PT. PLN UP3 Baubau kepada pelanggan sesuai dengan tingkat mutu yang telah ditetapkan perusahaan.

3. Pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli mengacu pada kriteria pengaruh uji f. Berdasarkan hasil dari uji f tabel ANOVAa (*Analysis Of Varians*) diperoleh tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai perbandingan nilai F hitung dan F table, nilai F hitung  $> F$  table yaitu  $62,849 > 3,12$ , sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Artinya potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat beli (Y). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Brenda Yohana Walangitan (2022), dimana dalam penelitiannya tersebut mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif antara potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Danu Ananda (2021), di mana terdapat pengaruh signifikan potongan harga dan kualitas pelayanan. Potongan harga dan kualitas pelayanan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kepuasan atau pengalaman yang diberikan oleh PT. PLN UP3 Baubau kepada pelanggannya pada program layanan ubah daya “Nyaman Kompor Induksi”.

## CONCLUSION

1. Terdapat pengaruh positif antara potongan harga (X1) terhadap minat beli (Y). Hal ini dapat kita lihat dari nilai koefisien regresi untuk variabel potongan harga (X1) yaitu sebesar 0,480. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel potongan harga dan minat beli. Nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$  dan perbandingan, nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,886 > 1,668$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

- hipotesis pertama (H1) diterima. Artinya ada pengaruh potongan harga (X1) terhadap minat beli (Y).
2. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli (Y). Hal ini dapat kita lihat dari nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu sebesar 0,486. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel kualitas pelayanan dan minat beli. Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan perbandingan  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $5,745 > 1,668$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H2) diterima. Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli (Y).
  3. Terdapat pengaruh positif antara potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap minat beli (Y). Sesuai nilai uji  $f$  tabel ANOVAa (*Analysis Of Varians*) nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan perbandingan nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel yaitu  $62,849 > 3,12$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H3) diterima. Artinya ada pengaruh potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat beli (Y).
  4. Sesuai hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,619 yang berarti bahwa besarnya nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* sama dengan 61,9 %. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel potongan harga (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel minat beli (Y) sebesar 61,9%. Sedangkan sisanya 38,1 % dipengaruhi oleh variabel lain di yang tidak diteliti. Hal tersebut menunjukkan pengaruh yang diberikan variabel potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel minat beli (Y) bernilai positif dan hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh potongan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat beli (Y) terbukti.

## REFERENCES

- Assaouri. (2013). MANAJEMEN PEMASARAN, jilid I edisi 8. Yogyakarta: Liberti Alami.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). PERTIMBANGAN DALAM MEMBELI PRODUK BARANG MAUPUN JASA. Intidayu Press. Jakarta.
- Agustine Ferdinand. (2016). METODE PENELITIAN MANAJEMEN: PEDOMAN PENELITIAN UNTUK SKRIPSI, TESIS DAN DISERTASI ILMU MANAJEMEN, Undip.

- Alex, Nitisemito. (2015), MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA, Pustaka setia, Bandung.
- Alma, Buchari. (2014). MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA. Bandung: CV Alfabeta.
- Annisa, N. (2017). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI PADA PT SAMSUNG ELECTRONIC INDONESIA CABANG PEKANBARU). *Jom Fisip*, 4(2), 1–8.
- Bangun, Wilson. (2012). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. Jakarta: Erlangga.
- Bella Nanda Ardhya. (2019). PENGARUH PROMO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA PROMOSI, CASHBACK DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RESTAURANT MISTER BASO DI MALL CBD CILEDUK). *Magister Manajemen, Jurnal Universitas Mercu Buana, Indonesia*.
- Brenda Yohana Walangitan, Lucky O.H. Dotulong, Jane G. Poluan. (2022). PENGARUH DISKON HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN TRANSPORTASI ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN MAXIM DI KOTA MANADO). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Danu Ananda. (2021). “PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA GO-JEK PADA MAHASISWA UNIVERISTAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA DI MASA PANDEMI COVID-19”. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*
- Donni Juni Priansa. (2017). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PADA ERA MEDIA SOSIAL. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Durianto, Darmadi. (2013). STRATEGI MENAKLUKAN PASAR MELALUI RISET EKUITAS DAN PERILAKU MEREK (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Eko Arianto, (2021). DASAR-DASAR KETENAGALISTRIKAN / KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNTUK SMK KELAS X, Cetakan 1. Pusat Kurikulum dan Perbukuan, Balitbang, Kemendikbud, Jakarta

- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). PEMASARAN ESESI DAN APLIKASI, Andi Offset, Yogyakarta.
- Febriana, Fatma Citra. (2017). PENGARUH SUASANA TOKO, KERAGAMAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP IMPULSE BUYING PADA TOKO KOMPAR NGRONGGO KOTA KEDIRI. Kediri: Universitas Nusantara PGRI, Simki-Economic Vol. 01 No. 11.
- Fure, Hendra. (2013). LOKASI, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL BERSEHATI CALACA. Jurnal EMBA. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Ghozali, Imam. (2013). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 21 UPDATE PLS REGRESI. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2017). CUSTOMER SERVICE EXCELLENT: TEORI DAN PRAKTIK. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). MARKETING FOR HOSPITALITY AND TOURISM. 5 the dition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016). MARKETING MANAGEMET. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). PENGARUH POTONGAN HARGA, BONUS KEMASAN, TAMPILAN DALAM TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 6(1), 30–44. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.181>.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Mulyapradana, Aria., & Lazulfa Indah, Atik. (2018). TATA KELOLA ADMINISTRASI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI DI PT.BAM KABUPATEN TEGAL. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol). Vol.1 Nomor Februari 2018, p-ISSN:2599-1779. e-ISSN:2599-1787.
- Malau, H. (2018). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. alfabeta.

- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). PENGARUH POTONGAN HARGA DAN BONUS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET SERBELAWAN. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI*, 2(1), 1-12.
- Ni Luh Julianti (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOSERBA NUSA PERMAI. *Jurnal Vol. 4 No. 1*
- Perreault, W.D., Cannon, J. P., & McCarthy, J. E. (2014). *BASIC MARKETING*. New York: MCGraw-Hill.
- Sediawan, R. (2015). ANALISIS DALAM MENCIPTAKAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENGARAH PADA KEPUASAN KONSUMEN. ANALISIS DALAM MENCIPTAKAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENGARAH PADA KEPUASAN KONSUMEN.
- Siregar, Syofian. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sonata, Ilham. (2019). PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING PADA PRODUK MINISO. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.
- Sudrajat, Ratih Hasanah. (2017). "PENGARUH POTONGAN HARGA TERHAAP MINAT BELI. e-Proceeding of Management": Vol.4, No.1 April.
- Sugeng, I. S., & Rafik, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PADA BAGIAN PELAYANAN PEMBUATAN KARTU TANDA PENDUDUK ELEKTRONIK (E-KTP) PADA KANTOR KELURAHAN DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR.
- Sugiono. (2017). *METODE PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. Alfabeta. Bandung.
- Sutisna. (2012). *PERILAKU KONSUMEN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN*. Bandung: PT. Remaja Rusdakarya.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wiyono, Nathania Amelianda. (2017). "ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI BUKU NOVEL". (21-23). Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta. Sumber: Page 140
- Widjaya Putra, Endhar, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto. (2016). "PENGARUH DISKON TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDY PADA KONSUMEN YANG

MEMBELI PRODUK DISKON DI MATAHARI DEPARTMENT STORE PASAR BESAR MALANG)”. Tersedia di Database Jurnal Universitas Brawijaya Malang. (Vol. 38, No. 2).