

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG
FORTUNE DITINJAU DARI DISKON HARGA, KERAGAMAN PRODUK,
DAN *IMPULSE BUYING*
(Pada Toko Bramasta Mart Nganjuk)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

AGNES WIDYA RAHAYU

NPM : 2012010016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

Skripsi oleh

AGNES WIDYA RAHAYU

NPM: 2012010016

Judul :

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG FORTUNE
DITINJAU DARI DISKON HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN
*IMPULSE BUYING***

(Pada Toko Bramasta Mart Nganjuk)

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri


Tanggal : 24 Juni 2024

Dosen pembimbing I



Dr. Samari, M.M.
NIDN:0712026201

Dosen pembimbing II



Roni Kurniawan, M.M.
NIDN : 0730076804

Skripsi oleh

AGNES WIDYA RAHAYU

NPM: 2012010016

Judul

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG FORTUNE
DITINJAU DARI DISKON HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN
IMPULSE BUYING
(PADA TOKO BRAMASTA MART NGANJUK)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada Tanggal: 10 Juli 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Samari, M.M
2. Penguji I : Edy Djoko Soeprajitno, S.E.,M.M
3. Penguji II : Rony Kurniawan, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN.0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : AGNES WIDYA RAHAYU
Jenis Kelamin : Perempuan
NPM : 2012010016
Fak/ Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa di dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 24 Juni 2024

Yang Menyatakan


AGNES WIDYA RAHAYU
NPM : 2012010016

MOTTO

“Orang lain ga akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”.

Ku persembahkan karya ini untuk :

Tidak ada lembar yang paling indah dalam lembar dalam lampiran skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Tuhan, Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada kedua orang tua yang sangat saya sayangi.

ABSTRAK

Agnes Widya Rahayu : Analisis keputusan pembelian minyak goreng fortune ditinjau dari diskon harga, keragaman produk, dan *impulse buying* (Pada Toko Bramasta Mart Nganjuk), Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian minyak goreng fortune ditinjau dari segi diskon harga, keragaman produk dan *impulse buying* di Bramasta Mart Nganjuk. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik asosiatif kausal. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Bramasta Mart yang membeli minyak goreng fortune dengan teknik sampling menggunakan simple random sampling dan ditentukan 40 sampel. Instrumen menggunakan angket yang skornya diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasilnya, variabel diskon harga, keragaman produk dan *impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk. Secara parsial, diskon harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune yang juga merupakan variabel paling dominan. Keragaman produk dan *impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune. Peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas variabel penelitian, hal ini diusulkan karena telah terbukti bahwa variabel diskon harga, keragaman produk dan *impulse buying* memiliki dampak sebesar 75% terhadap keputusan pembelian, sehingga faktor yang lain seperti testimoni, harapan, kepercayaan dan keterlibatan konsumen perlu dikaji.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, berkah, serta hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “**Analisis Keputusan Pembelian Minyak Goreng Fortune Ditinjau Dari Diskon Harga, Keragaman Produk, Dan *Impulse Buying* (Pada Toko Bramasta Mart Nganjuk)**” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Si., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Samari, M.M selaku dosen pembimbing I.
5. Roni Kurniawan, M.M selaku dosen pembimbing II.
6. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Sugeng. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, motivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai

sarjana.

7. Pintu surgaku, Ibunda Yayuk Sri Rahayu. Beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, sehingga beliau menginginkan anaknya merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan dan menjadi anak yang sukses dikemudian hari.
8. Kepada adik kandung saya Geovano Betran Anfaya yang sekarang masih di bangku Sekolah Dasar, tetap semangat belajarnya semoga kelak kamu juga mampu pendidikan sampai bangku perkuliahan bahkan lebih sukses daripada kakak.
9. Kepada ibu Safrida Larose selaku owner Bramasta Mart, terima kasih telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian tugas akhir skripsi saya.
10. Kepada sahabatku Riana Kusuma Wardani terima yang selalu ada dikala senang maupun sedih. Terima kasih telah membantu, menemani, menyemangati saya dalam penulisan skripsi ini.
11. Untuk diri saya sendiri, Agnes Widya Rahayu. Terima kasih telah berjuang hingga berada di titik ini, bisa mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang ada serta terus semangat dan tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Terima kasih telah berhasil membuktikan kepada diri sendiri dan dunia bahwa perjuangan yang didasari oleh keinginan yang kuat serta dibarengi dengan usaha dan doa berhak mendapatkan hasil yang terbaik.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur, sapa, kritik dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, saya sampaikan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun ibarat hanya setitik air bagi samudera luas.

Kediri, 24 Juni 2024

AGNES WIDYA RAHAYU
NPM : 2012010016

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Teori	9
1. Keputusan Pembelian	9
a. Pengertian Keputusan Pembelian	9
b. Tipe Perilaku Keputusan Pembelian	10
c. Proses keputusan pembelian.....	11
d. Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	12
e. Indikator keputusan pembelian	13
2. Diskon Harga	13
a. Pengertian diskon harga	13
b. Jenis-Jenis Diskon Harga	15
c. Tujuan penetapan harga	15
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga.....	16
e. Indikator-indikator diskon harga.....	16
3. Keragaman Produk	17
a. Pengertian keragaman produk.....	17
b. Macam-macam keragaman produk	18

c.	Faktor-faktor yang mempengaruhi keragaman produk.....	18
d.	Indikator keragaman produk	19
4.	Impulse Buying.....	20
a.	Pengertian Impulse buying.....	20
b.	Jenis-Jenis Perilaku Impulse Buying	21
c.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terjadinya Impulse Buying	22
d.	Indikator Perilaku Impulse Buying	23
B.	Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	24
C.	Kerangka Berpikir.....	30
E.	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
A.	Variabel Penelitian	34
1.	Identifikasi Variabel Penelitian	34
2.	Definisi Operasional Variabel	35
B.	Pendekatan dan Teknik Penelitian	36
1.	Pendekatan Penelitian.....	36
2.	Teknik Penelitian.....	37
C.	Tempat dan Waktu Penelitian	37
1.	Tempat Penelitian	37
2.	Waktu Penelitian.....	37
D.	Populasi dan Sampel	38
1.	Populasi	38
2.	Sampel	38
E.	Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
1.	Pengembangan Instrumen.....	39
2.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	39
F.	Sumber dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data.....	44
1.	Sumber Data	44
2.	Langkah-Langkah Pengumpulan Data	44
G.	Teknik Analisis Data.....	53
1.	Analisis Deskriptif.....	54
2.	Analisis Kuantitatif.....	54
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....		61
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	61
1.	Sejarah Singkat Bramasta mart Nganjuk.....	61
2.	Visi dan Misi	62
3.	Struktur Organisasi	62

4. Karakteristik Responden.....	64
B. Deskripsi Data Variabel	67
C. Analisis Data	75
D. Pengujian Hipotesis.....	87
E. Pembahasan.....	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	95
A. Simpulan	95
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 : Penelitian Terdahulu	24
3.1 : Hasil Pengujian Validitas Instrument.....	41
3.2 : Hasil Uji Reliabilitas	43
3.3 : Angket	46
4.1 : Jenis Kelamin Responden	65
4.2 : Usia Responden.....	66
4.3 : Jenis Pekerjaan	67
4.4 : Deskripsi Data Variabel Diskon Harga	68
4.5 : Deskripsi Data Variabel Keragaman Produk	70
4.6 : Deskripsi Data Variabel <i>Impuse Buying</i>	72
4.7 : Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian	73
4.8 : Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients ^a	78
4.9 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficient ^a	84
4.10 : Hasil <i>Adjusted R²</i> Model Summary ^b	87
4.11 : Hasil Uji-t (Parsial) Coefficients ^a	88
4.12 : Hasil Uji-F (Simultan) ANOVA ^a	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 : Kerangka Berfikir.....	40
4.1 : Struktur Organisasi Toko Bramasta Mart	71
4.2 : Hasil Uji Normal <i>Probability Plots</i>	76
4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplots	80
4.4 : Tabel Anova hasil uji linearitas.....	81
4.5 : output ANOVA Table	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Instrumen Penelitian.....	101
2 : Tabulasi Data Hasil Penelitian Keputusan Pembelian.....	109
3 : Tabulasi Data Hasil Penelitian Diskon Harga	112
4 : Tabulasi Data Hasil Penelitian Keragaman Produk.....	115
5 : Tabulasi Data Hasil Penelitian Impulse Buying.....	118
6 : Hasil Olah Data.....	120
7 : Surat Izin Penelitian.....	131
8 : Surat Balasan Penelitian.....	132
9 : Dokumentasi.....	133
10 : Berita Acara.....	134

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dunia bisnis saat ini semakin berkembang pesat, menyebabkan para pengusaha saling bersaing untuk menarik konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman banyak perubahan adalah gaya hidup masyarakat. Salah satu hal yang mendukung perubahan adalah gaya hidup modern yang menginginkan hal-hal yang lebih praktis. Dengan gaya hidup masyarakat modern, proses pemenuhan kebutuhan pun juga ikut berubah. Perkembangan yang semakin modern ini, dunia bisnis tak lupa dari persaingan global yang semakin ketat dan menantang dimana membuat banyak perusahaan berlomba-lomba untuk terus berkembang dan bertahan di industri bisnis. Perusahaan harus mampu merencanakan dan meningkatkan strategi pemasaran yang tepat guna untuk bertahan di industri perdagangan dan juga mencapai tujuan yang telah ditargetkan. Seperti yang diketahui, konsumen pada zaman yang serba modern ini sangatlah kritis, cerdas dan juga selektif dalam memilih produk yang mereka butuhkan. Perilaku setiap individu dalam melakukan proses pembelian berbeda-beda. Ada yang terjadi begitu saja tanpa adanya rencana (*impulse buying*) dan ada juga yang sudah terencana dari rumah disertai dengan daftar belanja yang telah dipersiapkan dengan matang. Perubahan yang terjadi menyebabkan munculnya berbagai jenis usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan

memberikan pelayanan terbaik. Salah satu bisnis ritel dalam bentuk minimarket yang mencakup semua aktivitas yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dijual langsung ke konsumen akhir untuk keperluan pribadi atau non-komersial (Purwantinah, 2019) . Pribadi yang disebutkan di sini tidak hanya mengacu pada pembeli, tetapi juga termasuk mereka yang dekat dengan pembeli barang.

Secara umum, semua usaha mempunyai tujuan yang sama antara yang satu dengan yang lainnya yaitu untuk mendapatkan keuntungan atau laba agar mampu bertahan hidup serta dapat berkembang mengikuti perkembangan pasar yang terjadi saat ini dan mendatang. Suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dapat diistilahkan sebagai keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan produk atau jasa yang ingin dibeli. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian. Dalam pembelian, terhadap tahapan yang menghasilkan suatu keputusan pembelian ulang jika konsumen puas dengan pembelian pertama dan seterusnya (Firmansyah, 2019:25).

Salah satu aspek yang bisa berdampak terhadap keputusan pembelian adalah diskon harga. Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh

penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atau aktivitas- aktivitas tertentu yang dilakukan pembeli, misalnya membayar tagihan lebih cepat, membeli dalam jumlah besar, atau membeli diluar musim atau periode permintaan puncak (Tjiptono, 2020:80).

Selain diskon harga, aspek penting yang menjadi pertimbangan adalah keragaman produk. Keragaman produk merupakan kumpulan dari semua produk dan komoditas yang diberikan penjual tertentu kepada pembeli (Indrasari, 2019:29). Konsumen akan senang dan menikmati kegiatan berbelanjanya apabila tempat belanja yang dikunjungi menyediakan barang lengkap dari segi merek, ukuran, dan kualitasnya, sehingga ada banyak pilihan untuk membeli barang yang diinginkan dan dibutuhkan.

Sisi lain yang perlu dipertimbangkan adalah *impulse buying*. *impulse buying* sebagai pembelian yang tidak direncanakan oleh konsumen yang merupakan bagian penting dari perilaku pembeli.

Pembelian impulsif adalah keputusan yang tidak direncanakan untuk membeli suatu produk atau layanan yang dibuat tepat sebelum pembelian (Jain, 2021).

Dalam beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain ada variabel diskon harga, keragaman produk, dan *impulse buying*. Menurut Dewi, Kusmawati (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa diskon berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, dalam penelitian yang dilakukan Hardikoesoemo dan Harjanti (2021) bahwa

variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk penelitian yang terakhir yaitu dilakukan Riri Anasrulloh (2022) yang mendapatkan hasil bahwa *impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Bramasta Mart merupakan toko atau minimarket yang menjual produk atau bahan pokok kebutuhan masyarakat pada umumnya. Lokasinya terletak di daerah Desa Pandean, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk. Ramainya di Bramasta Mart ini menjadi hal yang menarik untuk diteliti, hingga saat ini Bramasta sendiri mempunyai 4 toko cabang yang lokasinya berbeda-beda lokasi. Saat awal pembukaan Bramasta mart, yang menjadi tantangan adalah bagaimana dapat bertahan diantara pesaing yang ada, setiap perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dengan menggunakan strategi-strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan antara lain promosi produk, keberagaman produk, dan *impulse buying*. Ketika sebuah perusahaan menerapkan strategi promosi produk, keragaman produk, dan *impulse buying* maka dari itulah konsumen akan mengetahui nilai dari sebuah produk. Jika konsumen merasa suatu produk cocok dengan kebutuhan ataupun keinginannya maka konsumen akan melakukan proses pembelian.

Objek dalam penelitian ini adalah Bramasta Mart Nganjuk yang bergerak dalam di bidang pendistribusian minyak goreng bermutu langsung kepada konsumen dengan kualitas minyak goreng bermacam-macam dan juga berbagai jenis minyak goreng yang langsung didatangkan dari pabriknya. Konsumen bisa memilih sendiri kualitas seperti apa yang diinginkan, diskon

harga yang relatif dari keragaman produk yang diinginkan dan *impulse buying* yang baik akan diberikan untuk konsumen di Bramasta Mart. Berdasarkan observasi yang saya temukan, Bramasta Mart sudah berusaha memberikan diskon harga pada minyak goreng selain fortune namun konsumen tetap memilih minyak goreng fortune, Bramasta mart sudah menyediakan produk yang beragam mulai dari merek, ukuran, bahan, jenis dan ketersediaan produk minyak goreng namun konsumen tetap memilih minyak goreng fortune, Bramasta Mart sudah menetapkan pilihan banyak produk minyak goreng, namun beberapa konsumen memilih minyak goreng fortune. Adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang terjadi inilah menjadi ketertarikan bagi peneliti untuk mengambil judul penelitian “**Analisis Keputusan Pembelian Minyak Goreng Fortune Ditinjau Dari Diskon Harga, Keragaman Produk Dan *Impulse Buying* (Pada Toko Bramasta Mart Nganjuk)**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan antara lain:

1. Bramasta Mart sudah berusaha memberikan diskon harga pada minyak goreng selain fortune namun konsumen tetap memilih minyak goreng fortune
2. Bramasta Mart sudah menyediakan produk yang beragam mulai dari merek, ukuran, bahan, jenis dan ketersediaan produk minyak goreng namun konsumen tetap memilih minyak goreng fortune.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah ini dimaksudkan agar ruang lingkup penelitian ini jelas dan terarah. Adapun batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut sebagai berikut :

1. Variabel yang akan diteliti hanya diskon harga, keragaman produk dan *impulse buying*.
2. Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen Bramasta Mart Nganjuk yang membeli minyak goreng fortune fortune.

D. Rumusan Masalah

Beberapa uraian pada batasan masalah, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah diskon harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk?
3. Apakah *impulse buying* berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk?
4. Apakah diskon harga, keragaman produk, dan *impulse buying* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai

dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis diskon harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk
2. Untuk mengetahui dan menganalisis keragaman produk terhadap keputusan pembeli minyak goreng fotrune di Bramasta Mart Nganjuk
3. Untuk mengetahui dan menganalisis *impulse buying* terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk
4. Untuk mengetahui dan menganalisis diskon harga, keragaman produk dan *impulse buying* terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune di Bramasta Mart Nganjuk.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta dorongan atau motivasi diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau pertimbangan bagi penelitian yang akan datang guna mengetahui pentingnya diskon harga, keragaman produk dan *impulse buying* terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan yang bersangkutan khususnya

toko Bramasta guna menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian dengan mempertimbangkan diskon harga, keragaman produk dan *impulse buying*.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, dengan mempraktekkan teori yang pernah didapat sewaktu kuliah untuk penelitian pada objek tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (2021). PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung). *Manajemen Pemasaran*, 15–33. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5141/>
- Anasrulloh, R. (2022). Pengaruh Impulse Buying dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond's Di Golden Swalayan. *JURNAL ECONOMINA*, 1(1), 121:139.
- Buchari, A. (2019). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung Alfabeta
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen pemasaran jilid 2, edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- DEW, I. K. (2018). *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25(9th.ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Guarango, P. M. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rizquna Mart KM.55 Desa Sawit Permai (Issue 8.5.2017)*.
- Jain, T. (2021). Factor Affecting Impulse Buying Behavior. *International Journal of Computer Science & Management Studies (IJCSMS)*, 42(01), 4–6. [http://mail2.ptccircle.co.in/journals/March2021\(Volume42Issue01\)_IJCSMSMarch2021_4_6_TJ.pdf](http://mail2.ptccircle.co.in/journals/March2021(Volume42Issue01)_IJCSMSMarch2021_4_6_TJ.pdf)

- Kotler, P. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond'S Di Golden Swalayan Tulungagung. *Jurnal Economina, 1*(2), 120–129.
<https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.48>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. In *Jurnal Ilmu dan Riset Manaemen* (Vol. 10).
- Safitri, Y., & Sufi, S. (2023). Pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada pedagang di pasar cunda kota lhokseumawe. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6*(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i1.8544>
- Setiyaningsih D. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG BIMOLI (Studi Kasus Pengguna Minyak Goreng Bimoli di Kabupaten Purbalingga)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*