

**PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK PADA
CV. IKHTIAR MANDIRI PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh:

Syarli Iprohati

NPM : 1801110168

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI**

PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Syarli Iprohati
Nomor Pokok : 1801110168
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I(S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik pada CV.Ikhtiar Mandiri Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 21-12-2021 Pembimbing I : Prof. Dr.H. Sulbahri madjir, SE.,MM
NIDN : 0016035101

Tanggal 17-12-2021 Pembimbing II : Ellen Sumiarni,SE.,MM
NIDN : 0223116001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Tanggal : 04-04-2022

Ka. Prodi Manajemen
Tanggal : 04-04-2022



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Mariyam Zanariah,SE.,M.M
NIDN : 0222096301



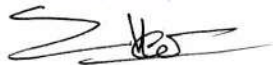
**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG.**


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SYARLI IPROHATI
Nomor Pokok/NPM : 1801110168
Jurusan/Program Studi : Manajemen Jenjang Pendidikan : S1 (Strata 1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK
PADA CV. IKHTIAR MANDIRI
PALEMBANG**

Penguji Skripsi

Tanggal 29-03-2022 Ketua Penguji : 
Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir S.E.M.M
NIDN : 0016035101

Tanggal 29-03-2022 Penguji I : 
Ellen Sumiarni S.E.M.M
NIDN : 0223116001

Tanggal 29-03-2022 Penguji II : 
Firdaus Sianipar S.E.M.M
NIDN : 0203066401

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi


Tanggal: 04-04-2022

Dr. Msy. Mikial S.E.M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Prodi

Tanggal 04-04-2022

Mariyam Zanariah S.E.M.M
NIDN : 0222096301

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syarli Iprohati

Npm/Nomor Pokok : 1801110168

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsukuensinya.

Palembang, Maret, 2022



Syarli Iprohati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Work hard in SILENCE, Let your succes be your NOISE !”

- Frank Ocean (Sky13) -

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1. Allah Swt*
- 2. Kedua orang tua ku*
- 3. Saudara-saudaraku tercinta, dan orang-orang yang menyayangiku*
- 4. Sahabat, teman seperjuangan selama kuliah*
- 5. Almamaterku*
- 6. Serta semua orang yang menanyakan kapan saya wisuda*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-NYA semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul " Pengaruh Diskon, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik pada CV.Ikhtiar Mandiri Palembang ". skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Penulis menyadari penyusunan proposal ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah,MP selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Masayu Mikial, SE.M.Si.Ak.CA. CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Dr. M.Ima Andriyani,SE.,M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,M.M, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang
5. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE. MM selaku dosen pembimbing utama telah memberi bimbingan selama masa penelitian.

6. Ibu Ellen Sumiarni, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian
7. Baoak Firdaus sianipar, SE, MM selaku Penguji Anggota.
8. Bapak Salman, SE, M.Si selaku Dosen PA yang telah memberi bimbingan selama masa kuliah.
9. Pimpinan serta staff CV. Ikhtiar Mandiri Palembang telah bersedia memberikan data dan kesempatan tempat untuk melakukan penelitian.
10. Kedua orang tua ku tercinta, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta termotivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Teman-teman ku, terimakasih atas dukungan, semangat, pengalaman selama kuliah. Semoga tali silaturahmi kita terus terjalin dan semoga kita menjadi orang yang sukses.
12. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aaminnn...

Palembang, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BEBAS PLAGIAT	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
ABSTRAK	xiv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Diskon Harga.....	14
2.1.3.1 Definisi Diskon Harga	14
2.1.3.2 Jenis-Jenis Diskon Harga	15
2.1.3.3 Faktor-Faktor Pemberian Diskon Harga	19
2.1.3.4 Indikator Diskon Harga	20
2.1.3.5 Tujuan Diskon Harga	21
2.1.4 Promosi	21

2.1.4.1	Pengertian Promosi	21
2.1.4.2	Fungsi Promosi	22
2.1.4.3	Tujuan Promosi.....	23
2.1.4.4	Indikator Promosi	24
2.1.5	Kualitas Pelayanan	25
2.1.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
2.1.5.2	Dimensi Kualitas Pelayanan	26
2.1.5.3	Indikator Kualitas Pelayanan	27
2.1.6	Keputusan Pembelian	29
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.1.6.2	faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	30
2.1.6.3	Dimensi Dan Indikator Keputusan Pembelian.....	33
2.2	Penelitian Lain Yang Relevan	35
2.3	Kerangka Berfikir	37
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian	39
3.1.1	Tempat Penelitian	39
3.1.2	Waktu Penelitian	39
3.2	Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.2.1	Sumber Data	39
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3	Populasi,Sample,dan Sampling	42
3.3.1	Populasi	42
3.3.2	Sample	42
3.3.3	Teknik Sampling	43
3.4	Rancangan Penelitian.....	44
3.5	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	44
3.5.1	Variabel Penelitian	44
3.5.2	Defenisi Operasional	45
3.6	Instrumen Penelitian	46
3.6.1	Uji Validitas.....	47

3.6.2	Reliabilitas	48
3.7	Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.7.2	Uji Normalitas Data.....	50
3.8	Uji Hipotesis Statistik	51
BAB IV METODE PENELITIAN		
4.1	Profil Perusahaan.....	55
4.1.1	Sejarah Singkat CV. Ikhtiar Mandiri Palembang	55
4.1.2	Visi Dan Misi	55
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	56
4.2	Pembahasan dan interpretasi	65
4.2.1	Deskripsi Profil Responden.....	65
4.2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	65
4.2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian	66
4.3.1	Uji Validitas	66
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	69
4.3.3	Analisis Deskriptif Data	70
4.4	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
4.4.1	Analisi Linier Berganda	76
4.4.2	Koefisien Korelasi.....	78
4.4.3	Koefisien Determinasi.....	79
4.5	Uji Hipotesis Penelitian	80
4.5.1	Uji Simultan (Uji F)	80
4.5.2	Uji Parsial (Uji t).....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Penjualan elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang Tahun 2021.....	5
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	35
3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	39
3.2 Definisi Operasional.....	45
3.3 Skor Skala Likert.....	47
3.4 Interval koefisien.....	50
4.1 Hasil Uji Validitas Diskon (X_1).....	67
4.2 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2).....	67
4.3 Hasil Uji Validitas Pelayanan (X_3).....	68
4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
4.6 Distribusi Variabel Diskon.....	71
4.7 Distribusi Variabel Promosi.....	71
4.8 Distribusi Variabel Pelayanan.....	72
4.9 Distribusi Variabel Keputusan.....	73
4.10 Hasil Uji Normalitas.....	74
4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
4.13 Hasil Uji Koefesien Korelasi.....	79
4.14 Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	79
4.15 Hasil Uji f.....	80
4.16 Hasil Uji t.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir.....	37
4.1 Struktur Organisasi CV. Ikhtiar Mandiri Palembang.....	57

DAFTAR GRAFIK

Grafik	Halaman
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	65
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76

ABSTRAK

Syarli Iprohati, Pengaruh Diskon, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik pada CV.Ikhtiar Mandiri Palembang (Dibawah bimbingan Bapak Prof. Dr.H. Sulbahri madjir, SE.,MM dan Ibu Ellen Sumiarni, SE.,MM)

CV.Ikhtiar Mandiri Palembang merupakan salah satu perusahaan elektronik di Palembang. CV.Ikhtiar Mandiri Palembang harus dituntut menjadi perusahaan yang lengkap, bergaransi dan memiliki pelayanan yang baik kepada pelanggan-pelanggan, sehingga tercipta keputusan pembelian produk dengan baik.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : dilihat dari persamaan regresi linier berganda $Y = 6,005 + 0,492 X_1 + 0,299 X_2 + 0,193 X_3$ hal ini menunjukkan bahwa Diskon, Promosi, dan Pelayanan Secara Simultan Dapat Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Elektronik pada CV.Ikhtiar Mandiri Palembang, dengan kata lain bahwa Pengaruh Diskon, Promosi, dan Pelayanan sangat memberikan dampak yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik pada CV.Ikhtiar Mandiri Palembang. Terbukti dari hasil analisis statistic yang dilakukan oleh peneliti menunjukan bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,832 (83,20%), angka tersebut menggambarkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (Diskon, Promosi, dan Pelayanan) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 83,20 % sedangkan sisanya yaitu 16,80% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukan bahwa variabel Diskon, Promosi, dan Pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi Kenaikan Jabatan. Hal ini menunjukkan dengan nilai sig F (0,000) < 0,05. Hasil uji parsial juga menunjukkan bahwa variabel Diskon mempengaruhi Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,000) < a (0,05), variabel Promosi mempengaruhi Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,005) < a (0,05). Dan variabel Pelayanan mempengaruhi Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai sig t (0,006) < a (0,05).

CV.Ikhtiar Mandiri Palembang harus lebih Diskon, Promosi, dan Pelayanan sebaiknya melakukan penilaian Keputusan Pembelian Produk Elektronik pada CV.Ikhtiar Mandiri Palembang secara rutin yaitu satu bulan sekali guna mengevaluasi.

Kata kunci : Diskon, Promosi, dan Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Syarli Iprohati, The Effect of Discounts, Promotions, and Services on Electronic Product Purchase Decisions at CV. Ikhtiar Mandiri Palembang (Under the guidance of Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM and Ellen Sumiarni, SE., MM)

CV. Ikhtiar Mandiri Palembang is one of the electronic companies in Palembang. CV. Ikhtiar Mandiri Palembang must be demanded to be a complete company, with a guarantee and have good service to customers, so as to create a good product purchase decision.

The results of this study are as follows: seen from the multiple linear regression equation $Y = 6.005 + 0.492 X_1 + 0.299 X_2 + 0.193 X_3$ this shows that Simultaneous Discounts, Promotions, and Services Can Improve Purchase Decisions for Electronic Products at CV. Ikhtiar Mandiri Palembang, in other words that the effect of discounts, promotions, and services has a significant impact on the decision to purchase electronic products at CV. Ikhtiar Mandiri Palembang. It is evident from the results of statistical analysis conducted by researchers showing that the value of R Square (R^2) is 0.832 (83.20%), this figure illustrates that the percentage contribution of the influence of independent variables (Discounts, Promotions, and Services) on the dependent variable (Purchase Decision) of 83.20% while the remaining 16.80% is influenced by other variables not examined in this research.

Simultaneous hypothesis test results show that the Discount, Promotion, and Service variables together affect the Promotion. This shows the value of sig F ($0.000 < 0.05$). The results of the partial test also show that the Discount variable affects the Purchase Decision indicated by the value of sig t ($0.000 < 0.05$), the Promotion variable affects the Purchase Decision indicated by the value of sig t ($0.005 < 0.05$). And the service variable affects the purchasing decision is indicated by the value of sig t ($0.006 < 0.05$).

CV. Ikhtiar Mandiri Palembang should have more discounts, promotions, and services, it is better to evaluate the Electronic Product Purchase Decision on CV. Ikhtiar Mandiri Palembang regularly, once a month to evaluate.

Keywords: Discounts, Promotions, and Services and Purchase Decisions

RIWAYAT HIDUP

SYARLI IPROHATI, dilahirkan di Palembang pada tanggal 4 April 1999 dari Bapak Syarief Hidayatullah dan Ibu Herliana. Anak ke 1 dari 3 bersaudara.

Pendidikan Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD negeri 131 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Negeri 46 Palembang, Sekolah Menengah Kejuruan diselesaikan pada tahun 2017 di SMK Negeri 6 Palembang. Pada tahun 2018 ia memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang ,Maret 2022

Syarli Iprohati

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern sekarang ini dunia pemasaran terus berkembang dan berubah, dari konsep pemasaran tradisional menuju konsep pemasaran modern. Faktor-faktor meningkatnya jumlah pesaing, kecanggihan teknologi dan meningkatnya edukasi mengenai pemasaran, semakin mempercepat dan memacu para pelaku bisnis dalam melakukan inovasi pengembangan strategi untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan harapan konsumen. Pelaku bisnis dituntut untuk harus selalu mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide-ide yang kreatif agar produk yang ditawarkan dapat menarik perhatian konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen dapat terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Perusahaan didirikan dengan tujuan dapat menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan para konsumennya dan memuaskan apa yang mereka butuhkan. Tujuan utama di dirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh profil, keuntungan atau laba. Tingkat keuntungan ini dapat di pertahankan apabila perusahaan mampu bertahan dan meningkatkan jumlah penjualannya. Untuk meningkatnya tingkat penjualan, perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat di gunakan dalam menarik konsumen. Strategi yang dapat digunakan perusahaan adalah dengan memberikan diskon harga pada suatu produk. Hal ini umumnya dapat membuat pengguna lama agar dapat membeli lebih banyak dan mendorong pengguna baru

atau meyakinkan konsumen untuk mencoba produk tersebut. Selain itu diskon harga cukup mendapat respon yang cepat dari konsumen, hal ini dapat dilihat antusias konsumen apabila adanya diskon. Diskon biasanya dilakukan setelah melihat nilai penjualan bulan sebelumnya dan jumlah stock barang, dari data tersebut maka perusahaan dapat melihat dimana kurang maksimalnya penjualan yang telah dilakukan bulan sebelumnya dan barang/produk apa saja yang dinilai penjualannya cukup rendah. Strategi diskon harga merupakan strategi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan juga diharapkan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. Perubahan harga atas suatu produk adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran produk di perusahaan. Dimana perubahan harga dapat membuat pergeseran pada permintaan produk sehingga perusahaan dapat mengukur seberapa besar sensitivitas permintaan dan penawaran dapat terjadi karena adanya perubahan harga tersebut

CV. Ikhtiar Mandiri Palembang merupakan salah satu toko elektronik terbesar di Kota Palembang. Produk yang dipasarkan oleh CV. Ikhtiar Mandiri Palembang guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen cukuplah banyak. Salah satu contoh adalah produk elektronik rumahan yang diproduksi guna untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen atau pasar. Dengan berkembangnya jaman produk elektronik dirasa sangat penting untuk saat ini. Untuk membantu pekerjaan misalnya juga sangat membantu dan memudahkan pekerjaan. Selain itu dengan teknologi yang semakin maju semua berhubungan dengan produk elektronik. Kegunaan menggunakan produk elektronik sendiri sangat efektif dan efisien untuk

kehidupan sehari-hari. Bisnis elektronik tidak ada matinya, hal ini yang mungkin membuat bisnis ini tetap bertahan dan menjadi pilihan bisnis bagi para pelaku usaha yang berskala besar maupun kecil. Bisnis elektronik ini sudah tidak lagi dianggap sebagai kebutuhan primer melainkan sudah menjadi kebutuhan sekunder dengan alasan berdasarkan majunya kecanggihan teknologi kehidupan manusia dipermudah dalam segala hal seperti kemudahan mencari berbagai informasi hingga alat komunikasi yang cukup canggih, selain itu barang elektronik juga sangat membantu pekerjaan rumah tangga, juga memberikan kenyamanan bagi kehidupan manusia saat ini, tetapi bisnis elektronik ini juga perlu adanya promosi. Promosi merupakan kegiatan yang tujuannya memberitahukan atau menawarkan produk ataupun jasa yang dilakukan semenarik mungkin sehingga mampu menarik calon konsumen untuk membeli serta menggunakan produk dari yang perusahaan tawarkan. Promosi yang baik juga bisa sebagai acuan konsumen untuk mengambil keputusan membeli sebuah produk dari perusahaan tersebut. Promosi juga harus sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen untuk memenangkan pasar yang ada. Promosi juga sangat penting untuk mempengaruhi keputusan membeli konsumen masih belum bisa dimaksimalkan. Promosi yang telah dilakukan hanya kepada konsumen yang datang langsung ke perusahaan dengan memberikan penjelasan lisan keunggulan dan kelebihan perusahaan tersebut terhadap melayani konsumen sehingga konsumen dapat menentukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih pada keputusan pembelian yang artinya bahwa seseorang bisa melakukan keputusan pembelian

harus ada beberapa pilihan alternative. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

CV. Ikhtiar Mandiri Palembang di dirikan dengan tujuan tertentu sehingga dapat tetap hidup dan berkembang. Salah satu tujuan perusahaan tersebut adalah dengan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Tingkat keuntungan atau laba perusahaan dapat di pertahankan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, salah satunya melalui usaha mencari, menarik, dan membina pelanggan. Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi perusahaan untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang dan kesempatan yang ada, sehingga posisi perusahaan dipasar dapat di pertahankan dan sekaligus dapat di tingkatkan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen merupakan cara yang terbaik yang dapat dilakukan perusahaan. Perusahaan dalam hal ini tidak hanya menjual produk akan tetapi juga harus memahami apa yang diinginkan konsumen atau pasar sehingga akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen atau pasar.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen toko elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang, terdapat kelemahan-kelemahan yang perlu mendapatkan perhatian yaitu minimnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Sehingga jika konsumen mengajukan komplain maka karyawan toko elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang kesulitan untuk memberikan jawaban yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

itu sendiri, Kondisi seperti ini bagi konsumen dapat mengurangi kualitas pelayanan yang mereka terima dari toko elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang yang mempengaruhi terhadap tingkat keputusan konsumen untuk membeli menjadi menurun. Serta kurangnya kesigapan karyawan dalam melayani transaksi konsumen. Untuk promosi yang telah dilakukan toko elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang hanya dalam bentuk periklanan melalui brosur, spanduk, dan website. Promosi penjualan hanya dilakukan melalui voucher dan cashback, itupun jika persediaannya masih ada. Tenaga penjualan dilakukan oleh karyawan masing-masing brand dari merk elektronik yang dijual di toko elektronik, serta tanpa adanya customer service yang khusus menerima komplain dari konsumen. Yang ada hanya karyawan kasir yang hanya lebih fokus dalam membantu transaksi penjualan terhadap konsumen.

Tabel 1.1
Penjualan elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang Tahun 2021

Bulan	Penjualan	Target	Achivment
Januari	Rp. 87.960.000	Rp. 150.000.000	58,6%
Februari	Rp. 98.526.000	Rp. 150.000.000	65,6%
Maret	Rp. 79.807.000	Rp. 150.000.000	53,2%
April	Rp. 83.112.000	Rp. 150.000.000	55,4%
Mei	Rp. 172.638.000	Rp. 200.000.000	86,3%
Juni	Rp. 117.638.000	Rp. 200.000.000	58,8%
Juli	Rp. 132.098.000	Rp. 200.000.000	66%
Agustus	Rp. 83.000.000	Rp. 150.000.000	55,3%
September	Rp. 95.000.000	Rp. 150.000.000	63,3%
Oktober	Rp. 112.000.000	Rp. 150.000.000	74,6%
November	Rp. 132.000.000	Rp. 150.000.000	88%
Desember	Rp. 109.000.000	Rp. 150.000.000	74,6%

Sumber : Data CV. Ikhtiar Mandiri Palembang Tahun 2021

Berdasarkan tabel 1.1 CV. Ikhtiar Mandiri Palembang mengalami penjualan elektronik yang bervariasi, akan tetapi pada bulan Oktober sampai November

mengalami peningkatan yang cukup memuaskan dikarenakan bulan Oktober sampai November merupakan hari natal dan tahun baru. Oleh karenanya konsumen memerlukan barang-barang elektronik yang baru dan canggih.

CV. Ikhtiar Mandiri Palembang saat ini memiliki 1 (satu) *outlet*. Kedepanya jumlah jaringan toko elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang pun akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan bisnis, serta untuk memenuhi kebutuhan seluruh pelanggan toko elektronik CV. Ikhtiar Mandiri Palembang serta memberi kemudahan bagi calon pembeli.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diskon, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada CV. Ikhtiar Mandiri Palembang”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah dalam bentuk pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah diskon, promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang?
2. Apakah diskon dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. Ikhtiar Mandiri Palembang?
3. Apakah promosi dapat mempengaruhi secara parsial terhadap Keputusan pembelian produk elektronik pada CV. Ikhtiar Mandiri Palembang?

4. Apakah pelayanan dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. Ikhtiar Mandiri Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis Pengaruh diskon, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang adalah:

1. Untuk mengetahui diskon, promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang
2. Untuk mengetahui diskon dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang
3. Untuk mengetahui promosi dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang
4. Untuk mengetahui pelayanan dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Selain tujuan, penulisan skripsi ini juga memiliki manfaat penelitian, antara lain:

1. Akademis

Agar dapat memperkaya penelitian mengenai pengaruh diskon, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang, diharapkan dapat memberi masukan dalam pengembangan kemajuan toko elektronik CV. ikhtiar Mandiri Palembang

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai diskon, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang

3. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap permasalahan diskon, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian produk elektronik Pada CV. ikhtiar Mandiri Palembang

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Marwan. 2003. *Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 8*. Jakarta: Erlangga
- Astuti. 2017. *Perbedaan Efektivitas Pemberian Diskon Harga dan Pemberian Merchandise Unik dalam Memunculkan Perilaku Pembelian Impulsif pada Remaja*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Gadjah Mada.
- Alex S. Nitisemito, 2014, *Manajemen Personalia*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8th Edition*. New York: Pearson Education.
- Brian Vicky Prihastama, 2016 *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket (Studi pada Pelanggan Minimarket Indomaret Jl. Demangan Baru, Depok, Sleman, Yogyakarta)* Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
- Christy Jacklin Gerung, 2017 *pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil nissan x-trail pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado
- Dwian Cahyo Utomo, 2015 *Pengaruh Potongan Harga, Pemberian Hadiah, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Purworejo*
- Fandy Tjiptono, ph.D (2014), *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Edisi Pertama, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.

- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan*
Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Habibur Rohman, *pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian*
(survei pada pengguna handphone cross/evercoss Di dusun cumpleng desa
brengkok kecamatan brondong kabupaten lamongan), Universitas Brawijaya
Malang
- Hesti Budiwati, 2012. *Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap*
Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang
Agung Di Kabupaten Lumajang, STIE Widya Gama Lumajang
- Herdiansyah, Haris 2011. *kualitas pelayanan publik*, Yogyakarta: Gaya Media
- Ghozali, Imam 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kristiani Halawa, 2018 *pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap*
minat beli di ud. Misel telukdalam kabupaten nias selatan, Program Studi
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan Telukdalam
- Kotler, Philip. dan Garry Amrstrong 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1
Edisi 12, Penerbit Erlangga
- Prasetio, Ari. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap*
Kepuasan Pelanggan. Management Analysis Journal 1, Universitas Negeri
Semarang. Semarang.
- Lamb Hair. 2008. *Essensial of Marketing*, USA: International Thompson
Publishing Basu
- Rewolg. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV.

Alfabeta

Rendika Mahendra, 2019 *Strategi Promotion Mix pada PT. Mizuho Balimor*

Finance, Studi Manajemen S1STIE STEMBI Bandung Business School

Swastha dan Irawan, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern*, FE UGM: Yogyakarta.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1993). *The nature and determinants of Customer expectations of service*, Journal of the Academy of Marketing Science, 21(1): 1-12.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid Jakarta Erlangga.

Riduwan, 2015 *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung.

Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Rosda Karya.

Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.

Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: CV. Andi Offset, Yogyakarta

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Siregar, Syofian 2013. *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar

Interpratama Mandiri

Suwarman, Ujang 2011. *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Soebagyo, Tommy. dan Subagio, Hartono 2016 “*Analisa Pengaruh Store Image Terhadap Purchase Intention di Toserba “Ramai” Ngawi*” Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2 No. 2 (2014). 12 Oktober

Sopiah dan Syihabudhin 2017. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV. Andi

Shinta srimenda br. Ginting 2019, jurnal *Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kecamatan Pancur, Universitas Sumatera Utara Medan*.

Tjiptono, Fandy 2011. *Service manajemen mewujudkan layanan prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi

William, G. Nickels. 2000. *Marketing Principles, Second Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.