

SKRIPSI

PENGARUH DISKON, *MERCHANDISING*, DAN *DISPLAY* PRODUK AQUA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGECEK PADA PT. BINTANG SURYA SINDO
PALEMBANG

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat Guna

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



Diajukan Oleh:

RAMLI HASAN BASRI

NPM : 2001110175

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2024


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RAMLI HASAN BASRI
Nomor Pokok Mahasiswa : 200111075
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, *Merchandising* dan *Display*
produk aqua terhadap keputusan Pembelian
Pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo
Palembang.

Pembimbing Skripsi

Tanggal 02/04/2024 Pembimbing I: 
Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M. CHRM
NIDN: 0214038501

Tanggal Pembimbing II: 
Syahyuni, S.E., M.M
NIDN: 0226106101

177/PS/DFEB/24

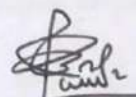
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak. CA, CSRS.
NIDN.0205026401




Marivam Zanariah, SE, MM
NIDN.0222096301


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

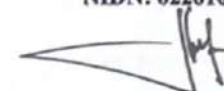
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RAMLI HASAN BASRI
Nomor Pokok Mahasiswa : 2001110175
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, *Merchandising* dan *Display*
produk aqua terhadap keputusan Pembelian
Pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo
Palcmbang.

Penguji Skripsi

Tanggal 02/04/2024 Ketua Penguji: 
Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M., CHRM
NIDN: 0214038501

Tanggal.....Penguji I : 
Syahyuni, S.E., M.M.
NIDN: 0226106101

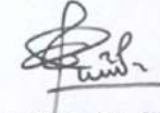
Tanggal.....Penguji II : 
Herman Efrizal, SE., MM
NIDN: 0223116001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS.
NIDN.0205026401


Marivam Zanariah, SE., MM
NIDN.0222096301

177/PS/DFEB/24

iii

MOTTO dan Pembahasan

- ❖ **“Jangan Takut Gagal, Takutlah tidak Pernah mencoba”.**
- ❖ **“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh, buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadar kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.”**
- ❖ **“Yakin dan Percaya diri tidak sendiri dalam hal apapun melangkah yang ingin kita capai.”**

Kupersembahkan Kepada:

- **Ayah dan Ibuku Tercinta**
- **Kakak-kakak ku tersayang**
- **Kakek dan Nenek ku tersayang**
- **Keluarga besar ku tersayang**

ABSTRAK

RAMLI HASAN BASRI, "PENGARUH DISKON, *MERCHANDISING* DAN *DISPLAY* PRODUK AQUA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGECEK PADA PT. BINTANG SURYA SINDO PALEMBANG" (dibawah bimbingan Ibu Dr. Sari Sakarinan, S.E.,M.M dan Ibu Syahyuni, SE.,M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Diskon, *Merchandising* dan *Display* produk aqua Terhadap Keputusan Pembelian Pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 orang dari seluruh pengecer. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan komputer Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Didkon, *Merchandising* dan *Display* Produk Aqua Terhadap Keputusan Pembelian Pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang. Dengan Persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 0,8795 + -0,090 X_1 + 0,394 X_2 + 0,147 X_3$ artinya bernilai positif, yang berarti jika salah satu variabel (X) naik satu-satuan akan meningkatkan Keputusan Pembelaian Pengecer (Y) PT. Bintang Surya Sindo dengan menjaga nilai variabel lain tetap konstan. Dengan R square 75% dapat dijelaskan bahwa variabel Keputusan Pembelian Pengecer ini pada penelitian ini dapat dijrlaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Diskon, Merchandising dan Display produk aqua, Keputusan Pembelian Pengecer

ABSTRACT

RAMLI HASAN BASRI, "THE INFLUENCE OF DISCOUNTS, MERCHANDISING AND DISPLAY OF AQUA PRODUCTS ON RETAILERS' PURCHASE DECISIONS AT PT. BINTANG SURYA SINDO PALEMBANG" (under the guidance of Mrs. Dr. Sari Sakarinan, S.E.,M.M and Mrs. Syahyuni, SE.,M.M)

This research aims to determine the influence of discounts, merchandising and display of aqua products on retailer purchasing decisions at PT. Bintang Surya Sindo Palembang. The population and sample in this study were 65 people from all retailers. The analysis technique used is multiple linear analysis which is processed using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23 computer.

The results of this research show that there is an influence of Didkon, Merchandising and Display of Aqua Products on Retailer Purchasing Decisions at PT. Bintang Surya Sindo Palembang. With the multiple linear regression equation, $Y = 0.8795 + -0.090 X1 + 0.394 X2 + 0.147$ Bintang Surya Sindo by keeping the values of other variables constant. With an R square of 75%, it can be explained that the Retailer Purchasing Decision variable in this research can be explained by other variables that were not examined in this research.

Keywords: Discounts, Merchandising and Display of aqua products, Retailer Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Diskon, *Merchandising* dan *Display* Produk Aqua Terhadap Keputusan Pembelian Pengecer Pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang”**.

Laporan proposal skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus di tempuh dalam program Strata-1 manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang komitmen organisasi pada perusahaan PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

Dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat atas dukungan, bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang diberikan. Ucapan terima kasih ini diberikan kepada:

1. Bapak Prof.Dr.Ir.H.Edizal AE,MS. Selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE.M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Ibu Dr. Sari sakarina, SE., M.M.CHRM selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberi saran serta mengarahkan dalam membuat proposal ini hingga selesai.

5. Ibu Syahyuni, SE., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberi saran serta mengarahkan dalam membuat proposal ini hingga selesai.
6. Ibu Dr.ImahAndriyani,SE.,M.Si Selaku Dosen pembimbing akademik.
7. Bapak dan ibu dosen beserta staf karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Tridinanti yang telah banyak memberi pengajaran dan ilmu pengetahuan
8. Bapak Armen Marice Falensia Selaku Supervisor/KAE PT. Bintang Surya Sindo Palembang serta seluruh karyawan yang telah bersedia memberikan data.
9. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa selama penulisan proposal penelitian ini.
10. Seluruh rekan-rekan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah bersedia membantu dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini belum sempurna, untuk itu saya mohon maaf atas kesalahan dalam penulisan. Semoga laporan ini dapat memberikan informasi dan bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan, Terima kasih.

Palembang,November 2023

RamliHasanBasri

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Ramli Hasan Basri, Lahir di Palembang, 12 Januari 1998 anak Terakhir Dari empat bersaudara dari pasangan Bapak A.Rafiq dan Ibu Husnu Waroh.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 243 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Negeri 25 Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2017 di SMK Binja Jaya Palembang. Pada tahun 2020 Saya memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 2024

(Ramli Hasan Basri)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ramli Hasan Basri

NPM : 201110175

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Skripsi dan gelar saya di kemudian hari.

Palembang, 2024

Penulis



(Ramli Hasan Basri)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PESRSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ix
PERNYATAAN BEBAS PALGIAT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	7
2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	7
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Diskon Harga	12
2.1.2.1 Definisi Diskon Harga.....	12
2.1.2.2 Jenis-jenis Diskon Harga	13
2.1.2.3 Faktor-faktor Diskon Harga.....	15
2.1.2.4 Indikator Diskon Harga	16
2.1.2.5 Tujuan Diskon Harga.....	17

2.1.3 <i>Merchandising</i>	18
2.1.3.1 Definisi <i>Merchandising</i>	18
2.1.3.2 Manfaat <i>Merchandising</i>	19
2.1.3.3 Prinsip dan Standar <i>Merchandising</i>	20
2.1.3.4 Manajemen <i>Merchandising</i>	22
2.1.3.5 Indikator <i>Merchandising</i>	23
2.1.4 <i>Display</i>	24
2.1.4.1 Definisi <i>Display</i> Produk	24
2.1.4.2 Macam-macam <i>Display</i>	25
2.1.4.3 Tata Letak Produk (<i>Display</i> Produk)	26
2.1.4.4 Indikator <i>Display</i>	27
2.2 Penelitian Yang Relevan	27
2.3 Kerangka Berfikir	30
2.3.1 Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.2 <i>Merchandising</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.3 <i>Display</i> Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.1.1 Tempat Penelitian.....	33
3.1.2 Waktu Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.2.1 Jenis Data	34
3.2.2 Sumber Data.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Populasi, Sampel dan Sampling	36
3.4.1 Populasi Penelitian	36
3.4.2 Sampel	36
3.4.3 Sampling	37
3.5 Rancangan Penelitian	37
3.6 Variabel dan Definisi Operasional.....	38

3.6.1 Variabel	38
3.6.2 Definisi Operasional.....	38
3.7 Instrumen Penelitian	40
3.7.1 Uji Validitas.....	41
3.7.2 Uji Reabilitas.....	42
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.2 Uji <i>Normalitas</i>	43
3.8.3 Uji <i>Multikolonieritas</i>	44
3.8.4 Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	45
3.8.5 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.8.6 Analisis Koefisien Korelasi	46
3.8.7 Koefisien Determinasi	47
3.8.8 Uji Hipotesis.....	48
3.8.8.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	48
3.8.8.2 Uji Secara parsial (Uji T).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	51
4.1.2 Sejarah Aqua.....	53
4.1.3 Visi dan Misi.....	55
4.1.4 Struktur Organisasi.....	55
4.2 Pembahasan dan Interpretasi.....	58
4.2.1 Karakteristik Responden.....	58
4.2.1.1 Jenis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.1.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.3 Uji Instrumental Penelitian.....	60
4.3.1 Uji Validitas.....	60
4.3.2 Uji Realibilitas.....	63
4.4 Analisis Statistik.....	64
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.1.1 Uji <i>Normalitas</i>	64

4.4.1.2 Uji Multikolinearitas.....	66
4.2.1.3 Uji Heteroskedasitas.....	67
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	70
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	71
4.5 Uji Hipotesis.....	72
4.5.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	72
4.5.2 Uji Secara Parsial (Uji T).....	73
4.6 Pembahasan.....	76
4.6.1 Pembahasan Secara Simultan.....	76
4.6.2 Pembahasan Pengaruh Diskon	76
4.6.3 Pembahasan Pengaruh <i>Merchandising</i>	78
4.6.4 Pembahasan Pengaruh <i>Display</i> Produk.....	79
BAB V KESIMPUL DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel data Penjualan	2
2.1 Tabel Manfaat <i>Merchandising</i>	20
3.1 Tabel Kegiatan	33
3.2 Tabel Definisi operasional Variabel	39
3.3 Tabel Skala <i>Likert</i>	41
3.4 Tabel Inter prestasi Koefisien Korelasi	47
4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.3 Tabel Hasil Uji Validitas Diskon (X_1).....	61
4.4 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Merchandising</i> (X_2).....	61
4.5 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Display</i> produk (X_3).....	62
4.6 Tabel Uji Hasil Validitas Keputusan Pembelian Pengecer (Y).....	62
4.7 Tabel Rehabilitas.....	62
4.8 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	64
4.9 Tabel Hasil Heteroskedastisitas.....	67
4.10 Tabel Hasil Uji Koefisien Linear Berganda.....	68
4.11 Tabel Hasil Koefisien Korelasi (r).....	70
4.12 Tabel Hasil Koefisien Determinasi.....	71
4.13 Tabe Hasil Uji F.....	72
4.14 Tabel Hasil Uji T.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rak reguler, <i>End gondola</i> dan <i>Fresh rak area</i>	21
Gambar 2.2 Chiler, <i>Flour display</i> dan <i>Dancing up</i>	21
Gambar 2.3 Proses Manajemen <i>Merchandising</i>	22
Gambar 2.4 Proses <i>Merchandising</i>	23
Gambar 2.5 Kerangka Berfikir	31
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	52
Gambar 4.2 Logo Produk.....	54
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....	55

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Berkembangnya usaha *retail* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di setiap tahunnya. Semakin banyaknya masyarakat berahli membeli kebutuhan makanan, minuman dan produk lainnya ke usaha *retail minimarket*, toko sembako maupun di *supermarket*, Sehingga membuat usaha *retail* harus membuat strategi untuk bagaimana cara menarik minat pelanggan kembali. Yang terdapat di beberapa usaha *retail* yang berada di kota Palembang. Dengan pada semua pengusaha *retail* yang ada di Palembang merencanakan strategi penjualan masing – masing agar menarik minat pelanggan. Usaha *retail* merupakan kegiatan usaha yang berhubungan dengan penjualan barang atau jasa kepada pelanggan dalam pembelian bentuk eceran maupun kartonan.

Usaha *retail* dapat digolongkan beberapa berdasarkan sifatnya, ialah usaha *retail* menurut berdasarkan sifat *tradisional* adalah sejumlah perdagangan pengecer yang skalanya dalam bentuk kecil, seperti toko kelontong, warung, toko *tradisional* dan lain – lain. Berdasarkan sifat *modern* ialah sejumlah perdagangan pengecer yang skalanya dalam bentuk besar, seperti *supermarket*, *alfamart*, *indomaret* dan *minimarket* lainnya. Pada usaha *retail* seringkali terdapat pada produk adanya diskon, merchandising dan display produk. Dengan meningkatnya permintaan pelanggan akan kebutuhan air mineral yang sehat semakin meningkat. Dalam kondisi saat ini setiap perusahaan terus berusaha dalam berinovasi, kreatif,

menciptakan dan mengembangkan produk, ukuran dan kemasan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan konsumen, agar produknya dipercaya, disukai oleh konsumen dan mampu bersaing di dunia bisnis. Salah satu air mineral competitor ialah le mineral, crystalline, ades dan produk air mineral lainnya. PT. Bintang surya sindo adalah termasuk distributor mineral aqua yang ada di Palembang ada tiga cabang PT. Bintang surya sindo Perwilayah seperti daerah seberang ulu, km 17 dan kota Palembang. Dan terdapat data penjualan selama 3 bulan tahun 2023:

Tabel 1.1
Data Penjualan Aqua Tahun 2023

Bulan	Penjualan	Target	Achivment
Oktober	Rp. 6.336.914.411	Rp.7.000.000.000	90,5%
November	Rp. 5.836.912.610	Rp. 6.500.000.000	89,7%
Desember	Rp. 7.360.801.736	Rp. 8.000.000.000	92,0%

Sumber : PT. Bintang Surya Sindo,2023

Dari data diatas mengenai data penjualan pruduk aqua selama 3 bulan di tahun 2023. Di bulan Oktober sebesar Rp. 6.336.914.411 dan mengalami penurunan di bulan November sebesar Rp. 5.836.912.610 dikarenakan pemasaran yang kurang efektif seperti dalam penggunaan sales yang tidak dapat menarik perhatian pemilik outlet sehingga menyebabkan penjualan tiap bulannya berbeda. Penjualan di bulan Desember meningkat walaupun tidak sama di bulan Oktober sebesar Rp. 7.360.801.736. Berdasarkan hasil olah data ditemukan bahwa diskon harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat konsumen. Maka secara parsial variabel diskon harga berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. (Brenda, Lucky, dan Jane, 2022:511-521). Diskon memiliki peran

penting untuk meningkatkan pembelian seperti diskon beli 2 lebih hemat di toko pengecer dan mendapatkan hadiah Gimix setiap pembelian banyak, hadiah Gimixnya seperti tota bag(tas belanja), elektronik, handuk kecil, payung dan lain-lain untuk mendapatkan hadiah tersebut secara undian yang disiapkan oleh PT. Bintang surya sindo di setiap masing-masing outlet pengecer. Selain diskon ada juga *merchandising* berpengaruh pada pembelian produk .

Merchandising merupakan segala aktivitas yang terkait penatan produk dan perlemengkapannya yang ada di outlet, dengan bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembeli untuk membeli produk. Berdasarkan penelitian, dapat diketahui bahwa semakin baik *merchandising* di Robinson *Departement Store Mal* Ciputara Semarang maka dapat pula meningkatkan *impulse buying* di Robinson *Departemen Store Mal* Ciputra Semarang, begitu pun sebaliknya.(Febrisa, Widiartanto, dan Bulan Prabawani 2015:164-174). *Merchandising* sangatlah berperan penting terhadap PT. Bintang surya sindo produk mineral aqua yang melakukan *merchandising* dengan segala aktivitas penyajian, melakukan fifo fefo terhadap produk yang bearada dioutlet pengecer agar terjadinya kebersihan, kelengkapan produk, keamanan dan kenyamanan produk yang akan di beli oleh pihak pengecer..

Display adalah suatu cara penatan produk, terutama produk yang diterapkan oleh perusahaan untuk menari minat konsumen. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa *display* produk berpengaruh terhadap impluse buying. *Display* produk berpengaruh signifikan terhada impluse buying. (Marcella, Silcy, dan Ferdy 2017:1823-1833). *Display* produk berperan penting dan berpengaruh

terhadap keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo dengan adanya penataan produk yang menarik minat konsumen yang ada di *outlet* pengecer yang terjadinya melakukan penataan produk di toko pengecer misalnya melakukan *display eye level*, mudah dijangkau konsumen pengecer dan terlihat tertata rapi bersih akan menimbulkan dampak positif atau pengaruh terhadap konsumen untuk membeli produk mineral tersebut. Dan berdasarkan data pelanggan di PT. Bintang Surya Sindo adalah 65 pengecer, Sebagai Berikut: Indomaret, Alfamart, PD manis km11, Golden mart, Raisyah, Fresh mart ulu, Toko aldi, Mamadang, Haura mart, JM lemabang, JM pasar raya, JM Plaju, PD manis dempo, JM Kenten, JM Sukarami, JM Bandung, Zaza Mart, Freshmart, Riemart Iba, MM Hegar, Toko miring, KJI MM, Petra Pasar Swalayan, Marina Shop, Pratama mart, IN mart, Lisa mart, Toko miring sako, PD serasi/arja mart, PD serasi wayhitam, Riemart demang, Riemart kampus, SIG mart, PD serasi 2/kancil putih, MM murah, PD serasi letnan murod, MM fataha latansha, Meyrike 2, Grand hill, MM Citra, Graha tiara mart, Nada mart, Meyrike 1, MM marathon, KNE mart, Riemart demang, Riemar kampus, MM acing jaya, Toko Miring kertapati, Mutiara Indah, Transmart Opi mall, Transmart pscc, Transmart Carefour ps, Hypermart psx, Foodmart Gouvermet pim, Foodmart pi, Farmers Market, LSI Basilica, LSI Plaju, Diamond Soma, Toko Kelontong, Toko Resto, Caffè, Rumah makan, Hotel dan Warung.

Berdasarkan penelitian beberapa jurnal diatas dan tabel Penjualan naik turun membuat saya tertarik untuk mengambil penelitian saya tentang **Pengaruh**

Diskon, *Merchandising*, dan *Display* Produk Aqua Terhadap Keputusan Pembelian Pengecer Pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Diskon, *Merchandising* dan *Display* produk *Aqua* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
2. Apakah Diskon berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
3. Apakah *Display* produk *Aqua* berpengaruh terhadap Keputusan pembeli pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
4. Apakah *Merchandising* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Pengaruh Diskon, *Merchandising* dan *Display* produk *Aqua* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
2. Pengaruh Diskon secara parsial terhadap Keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?

3. Pengaruh *Display* Produk *Aqua* secara parsial terhadap Keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?
4. Pengaruh *Merchandising* secara parsial terhadap Keputusan pembelian pengecer pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulis harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan serta mengetahui dan memahami teori-teori yang didapat selama perkuliahan. Penulis juga dapat menambah pengetahuan mengenai diskon, merchandising dan display produk aqua pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

2. Bagi Akademis

Bermanfaat memperkaya ilmu pengetahuan dari penelitiab mengenai diskon, merchandising dan display produk aqua terhadap keputusan pembelian pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap masalah diskon, merchandising dan display terhadap keputusan pembelian produk aqua pada PT. Bintang Surya Sindo Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiahtul, Rizky barokah. 2017. *Pengaruh penataan (display) produk terhadap kepuasan konsumen pada toko buku diskon togamas supratman bandung*. Universitas pasundan.
- Alaudin. 2019. *Pengaruh Diskon harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen matahari departement store mall panakukang dengan minat beli sebagai variabel intervening di kota Makassar*. Universitas islam negeri
- Farida, Kiki, Yuda. 2022. *Determinasi keputusan pembelian produk fashion di situs online shop*. Selat Media.
- Hartanto, Ardian & Jony Oktavian. 2012 . *Pengaruh Display, Kepercayaan merek, Keakraban merek, Persepsi harga terhadap intensi pembelian dan pembelian tak terencana*. Universitas kristen satya wacana.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press
- Nur, Ika Effendi, Mumuh Mulyana, Ari Apriani. 2022. *Strategi pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Nur, Kholidah Nur, Muhammad Arifiyanto, 2020. *Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal*. Penerbit Nem.
- Rahmawati, ita , Lailatus Sa'adah, Nur Amalia. 2020. *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelan Impulsif*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Rivai, Ahmad. 2021. *Pengaruh harga dan diskon terhadap keputusan pembelian konsumen utama sejuk abadi*. Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Wiyatandala. jakarta.
- Said, Miah. 2019. *Konsep dan strategi pemasaran*. Sah media.
- Sunarti. 2022. *Strategi marketing visual merchandising*. Pusat pengembangan pendidikan dan penelitian indonesia.
- Umami,Eliza. *Pengarus sales promotion, visual merchandising dan diskon terhadap impulse buying pada toko istana pelangi gresik*. 2023. JEBS (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan sosial). Vol. 1. No 2. Hal. 107 - 119.

Wulandari, Nimas. 2020. *Pengaruh potongan harga (price diskont) terhadap keputusan impulse buying pada perusahaan ritel jumbo mart. Universitas islam negeri sultan syarif khasim Riau.*

Yudhyani, Lili. *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Membeli Air Mineral Aqua di Samarinda.*2016. *Ekonomia*. vol. 5. no. 3. Hal. 127-134.