

SKRIPSI
PENGARUH PROGRAM DISKON, CITRA TOKO DAN MOTIVASI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MINI MARKET FAKHRIE BY NOYA

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh :
Muhammad Zaki
NPM. 2101110067

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD ZAKI
Nomor Pokok/ NIM : 2101110067
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Program Diskon, Citra Toko
Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 4-2-2025

Pembimbing I : 
Lusia Nargis, SE., M.Si
NIDN : 0222036101

Tanggal 30/1-2025

Pembimbing II : 
Hasyunah, SE., MM
NIDN : 0207126001

Mengetahui,

Dekan
Tanggal 5-2-2025




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

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 9-2-2025


Marivam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

39/PS/DFEB/25

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD ZAKI
Nomor Pokok/ NIM : 2101110067
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Program Diskon, Citra Toko
Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya

Penguji Skripsi:

Tanggal 4-2-2025

Ketua Penguji : Lusia Nargis, SE., M.Si
NIDN : 0222036101

Tanggal 30/1-2025

Penguji I : Hasyunah, SE., MM
NIDN : 0207126001

Tanggal 4-2-2025

Penguji II : Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN : 0222096301

Mengesahkan,

Dekan
Tanggal 5-2-2025

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 4-2-2025



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

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

39 /PS/DFEB/25

MOTTO

Az-Zumar ayat 36,

أَوَسْ لِيْلَٰئِكَ
يَسْ لِيْلَٰئِكَ
مَنْ أَوْ حَتَرَ
مَنْ أَوْ حَتَرَ
أَيَسُّ الْأَعْلَٰفِ لِنَدَٰءِ
لِيْلَٰئِكَ

"Bukankah Allah cukup untuk melindungi hamba-hamba-Nya. Dan mereka mempertakuti kamu dengan (sembahan-sembahan) yang selain Allah? Dan siapa yang disesatkan Allah maka tidak seorangpun pemberi petunjuk baginya."

PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua saya, Almarhum papa saya tercinta Muhammad Thohir dan mama saya Dwi Hastuti yang telah membesarkan saya, menyayangi saya serta mencurahkan seluruh rezekinya untuk membiaya pendidikan saya sampai saya bisa menyelesaikan perkuliahan ini.
3. Saudara-saudaraku dan Abang- abangku terkasih.
4. Yang tersayang, Astrid yang selalu memberikan support dan setia menemani proses perkuliahan ini.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Muhammad Zaki
Npm : 2101110067
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sastra 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Program Diskon, Citra Toko
Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya

Dengan ini menyatakan skripsi ini telah ditulis dengan sesungguhnya 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 konsekuensinya.

Paler 5



Muhammad Zaki
Npm. 2101110067

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT dan Shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW karena atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan Judul

"Pengaruh Program Diskon, Citra Toko dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya"

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, maka kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan dalam rangka perbaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa tanpa dukungan dan perhatian serta bimbingan baik dari pembimbing, keluarga dan teman-teman sekalian penulisan skripsi tidak dapat berjalan dengan baik.

Dengan selesainya penulisan penelitian ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, S.E., M.Si selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti
4. Ibu Lusia Nargis, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Hasyunah, S.E., M.M Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta staff karyawan pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
7. Pimpinan dan para Karyawan Minimarket Fakhrie By Noya
8. Kepada orang tuaku dan keluarga besar yang tercinta, terima kasih atas dukungan dan do'a serta bantuan baik moral maupun materil.
9. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga skripsi ini selesai.

10. Almamater, saudara seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2021

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah, rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Palembang,.....Januari 2025

Peneliti

Muhammad Zaki

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB I PEMBAHASAN	
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.2 Penelitian yang Relevan.....	28
2.3 Kerangka Berfikir.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.4 Rancangan Penelitian.....	38
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6 Instrumen Penelitian.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	44

3.	Uji Hipotesis	
8	49
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.	Hasil Penelitian	
1	52
	Sejarah Mini Market Fakhrie By Noya	
4.1.1	52
	Visi Misi Mini Market Fakhrie By Noya	
4.1.2	53
	Struktur Organisasi Mie Gacoan	
4.1.3	53
	Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	
4.1.4	54
	Definisi Profil Identitas Responden	
4.1.5	56
4.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	
2	58
	Hasil Uji Validitas	
4.2.1	58
	Hasil Uji Reliabilitas	
4.2.2	63
	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	
4.2.3	64
	Analisa Koefisien Korelasi	
4.2.4	68
	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	
4.2.5	69
	Hasil Uji Hipotesis	
4.2.6	70
	Pembahasan	
4.2.7	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.	Kesimpulan	
1	75
5.	Saran-saran	
2	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omzet Pertahun Minimarket Fakhrie By Noya	3
Tabel 1.2 Program Diskon	4
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan	29
Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian	34
Tabel 3.2 Operasional Variabel	39
Tabel 3.3 Skala Likert	43
Tabel 3.4 Interval Koefisien	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Respondenn berdasarkan Tingkat Pendidikan	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi Program Diskon (X1)	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Citra Toko (X2)	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Motivasi Konsumen (X3)	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 9 Uji Normalitas	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.11 Uji Analisis Liner Berganda	67
Tabel 4. 12 Analisa Koefisien Korelasi	69
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2)	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mini market Fakhrie By Noya.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65

ABSTRAK

Muhammad Zaki. NPM. 2101110067. Pengaruh Program Diskon, Citra Toko Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya (Dengan Pembimbing I Ibu Lusia Nargis,SE.,M.Si dan Pembimbing II Ibu Hasyunah,SE.,MM).

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Program Diskon, Citra Toko Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya. Berdasarkan jumlah sampel sebanyak 80 orang customer yang berbelanja pada Mini Market Fakhrie By Noya. Penelitian ini merupakan penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi dan melakukan pengujian hipotesis dengan mengacu kepada hubungan antara 4 variabel yaitu: 3 variabel bebas meliputi program diskon, citra toko dan motivasi konsumen serta variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen keempat variabel penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan program diskon, citra toko dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Fakhrie By Noya. Terdapat pengaruh secara parsial positif signifikan variabel program diskon terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel citra toko juga berpengaruh secara parsial positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dan juga variabel motivasi konsumen berpengaruh secara parsial positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada mini market Fakrie By Noya.

Diharapkan pihak pengelola Mini market Fakhrie By Noya agar dapat terus memperhatikan program diskon, citra toko, motivasi konsumen dan variabel-variabel lain demi keberhasilan Mini market Fakhrie By Noya.

Kata Kunci : Program Diskon, Citra Toko, Motivasi Konsumen dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Muhammad Zaki. NPM. 2101110067. The Influence of Discount Programs, Store Image and Consumer Motivation on Purchasing Decisions at the Fakhrie By Noya Mini Market (With Supervisor I Mrs. Lusia Nargis, SE., M.Si and Supervisor II Mrs. Hasyunah, SE., MM).

This thesis aims to determine the influence of the discount program, store image and consumer motivation on purchasing decisions at the Fakhrie By Noya Mini Market. Based on a sample size of 80 customers who shopped at the Fakhrie By Noya Mini Market. This research is research designed to determine the level of relationship between different variables in a population and carry out hypothesis testing by referring to the relationship between 4 variables, namely: 3 independent variables including discount programs, store image and consumer motivation and the dependent variable, namely Purchase Decision (Y).

Based on the results of testing the validity of the instruments for the four research variables described above, it can be concluded that there is a simultaneous influence of the discount program, store image and consumer motivation on purchasing decisions at the Fakhrie By Noya Mini Market. There is a significant partial positive influence of the discount program variable on purchasing decisions. Then the store image variable also has a partially positive and significant effect on the purchasing decision variable. And also the consumer motivation variable has a partially positive and significant effect on purchasing decisions at the Fakrie By Noya mini market.

It is hoped that the management of the Fakhrie By Noya Mini Market will continue to pay attention to discount programs, store image, consumer motivation and other variables for the success of the Fakhrie By Noya Mini Market.

Keywords: Discount Program, Store Image, Consumer Motivation and Purchasing Decisions.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Muhammad Zaki , di lahirkan di Palembang pada tanggal 01 maret 2004 anak dari bapak Alm Muhammad Thohir dan ibu Dwi Hastuti. Merupakan anak ke 4 dari 4 bersaudara. Muhammad Zaki bersekolah pada Sekolah dasar di SDN 164 Palembang, yang diselesaikan pada tahun 2015, dilanjutkan Sekolah Menengah Pertama di selesaikan pada tahun 2018 Di SMP Negeri 47 Palembang dan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2021 di SMA Negeri 12 Palembang. Pada tahun yang sama ditahun 2021 memasuki Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Januari 2025

Muhammad Zaki
Npm. 2101110067

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Perusahaan bisnis pada zaman modern ini berada dalam sebuah lingkungan bisnis yang intensitasnya makin tinggi. Dengan banyaknya kompetitor atau perusahaan yang menawarkan produk yang sejenis sehingga memperketat persaingan bisnis. Perusahaan diharapkan bisa mencapai efisiensi dan efektivitas organisasi agar mampu bersaing dengan kompetitor. Kasmir dan Jakfar (2017:7) menjelaskan adapun pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial.

Berbagai macam jenis bisnis yang dapat dijalankan untuk memperoleh keuntungan, diantaranya adalah bisnis retail. Menurut Gilbert (2003:6) Retail adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Salah satu bisnis retail yang diminati diantaranya dengan menjalankan bisnis minimarket. Minimarket masih menjadi salah satu tempat yang sering dikunjungi pelanggan ketika berbelanja berbagai keperluan. Tak heran jika banyak yang melihat adanya peluang bisnis minimarket ini. Meskipun kini banyak kehadiran tempat belanja, mulai dari supermarket, hypermart, dan pasar modern besar lainnya, namun hal

tersebut tidak melemahkan keberadaan minimarket di Indonesia.

Menurut Indrasari (2019:4) keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan atau alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan. Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk atau jasa yang diinginkan. Oleh sebab itu, keputusan pembelian merupakan suatu proses pemilihan dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Untuk mencapai tujuan profit yang diinginkan oleh pengusaha maka ada banyak faktor yang harus diperhatikan guna menunjang Omzet yang di dapatkan, diantaranya diskon, citra toko dan motivasi konsumen. Pada penelitian ini, peneliti mengidentifikasi faktor-faktor mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu Program Diskon, Citra Toko Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya.

Mini market Fakhrie By Noya merupakan Minimarket yang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga, mulai dari sembako, detergen, minuman ringan, makanan ringan, kosmetik, susu formula dan banyak lagi produk lainnya. Merupakan minimarket yang beralamat di Jalan Syakyakirti Lr. Manunggal Kelurahan Karang Anyar Kecamatan Gandus Kota Palembang dengan penanggung jawab sekaligus sebagai Owner adalah Nora Efrilia.

Berdasarkan data perusahaan, ini merupakan Omzet yang dicapai perusahaan pada 3 tahun terakhir, sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Omzet Pertahun Minimarket Fakhrie By Noya

No	Tahun	Omzet Tahunan	Persentase Peningkatan/ Penurunan
1	2021	Rp 1.530.395.800	-
2	2022	Rp. 2.188.195.000	43%
3	2023	Rp. 2.230.751.500	2 %

Sumber : Minimarket Fakhrie By Noya (2024)

Menurut Gunawan (2022) keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kholidah dan Arifiyanto, 2020). Jika kita lihat pada tabel 1.1 yang merupakan Omzet pertahun Minimarket Fakhrie By Noya terlihat kenaikan yang cukup signifikan pada Tahun 2022 yaitu sebesar 43 % dari omset tahun sebelumnya dan di Tahun 2023 omzet pertahun hanya mengalami kenaikan sebesar 2% saja, hal ini bisa terjadi karena faktor Program Diskon, Citra Toko Dan Motivasi Konsumen.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2012:12) diskon adalah pengurangan harga langsung terhadap pembelian selama periode waktu tertentu. Diskon merupakan sebuah daya tarik tersendiri bagi para calon pembeli untuk melakukan keputusan pembelian dan menambahkan omzet bagi minimarket itu sendiri. Pada penelitian yang dilakukan oleh Indri Kartika Dewi (2018) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan uji analisis jalur (path analysis) variabel diskon berpengaruh paling

signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan variabel diskon berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berikut merupakan program diskon yang telah dilakukan Mini Market Fakhrie By Noya yang telah berlangsung pada tanggal 1 sampai 3 November 2024, yang merupakan bagian dari program diskon awal bulan :

Tabel 1.2
Program Diskon Awal Bulan

No	Nama Produk	Harga Normal	Harga Diskon
1	Bango Kecap Manis 520ml	Rp. 28.200;	Rp. 25.500;
2	Filma Minyak Goreng 1L	Rp. 26.300;	Rp. 25.000;
3	GoodDay Capucino 1 Pack	Rp. 20.850;	Rp. 18.200;
4	Frisian Flag Gold Kaleng	Rp. 15.300;	Rp. 13.500;
5	Oreo Vanilla Strawberry 148 g/ 2pcs	Rp. 17.400;	Rp. 14.000;

Sumber : Mini market Fakhrie by Noya (2024)

Pada tabel 1.2 diatas merupakan program diskon yang telah dilaksanakan mini market fakhrie by noya pada November 2024, dan pada saat berlangsungnya program tersebut penjualan meningkat dari hari biasa.

Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008:174), citra toko adalah kepribadian sebuah toko. Konsumen cenderung berbelanja di toko-toko yang sesuai dengan citra yang dibangunnya. Hal ini diperkuat dengan penelitian Khairul Gani (2015) yang menyatakan bahwa variabel citra toko dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif signifikan yang berarti keputusan pembelian ditentukan oleh citra toko. Khairul Gani (2015) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa citra toko adalah bagian vital dari komunikasi pemasaran dan penyampaian identitas perusahaan, karena citra toko mampu mempengaruhi persepsi konsumen.

Selain diskon dan citra toko, ada hal lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu motivasi konsumen. Motivasi juga sangat kuat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan sebuah keputusan pembelian. Motivasi merupakan dorongan bagi seorang individu untuk melakukan suatu aktivitas. Motivasi konsumen tercipta karena adanya dorongan baik dari diri sendiri maupun dari orang lain untuk mengambil suatu tindakan. Maka dari pada itu, motivasi konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan tindakan dalam pengambilan keputusan pembelian pada sebuah produk. Sehingga Motivasi dipercaya mampu menjadi sebuah alasan bagi konsumen untuk melakukan sebuah tindakan pembelian suatu produk (Winarti, 2015).

Berdasarkan teori dan fenomena di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Program Diskon, Citra Toko Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Fakhrie By Noya"**.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1 Apakah ada pengaruh program diskon, citra toko dan motivasi konsumen secara simultan & signifikan terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya?

2. Apakah ada pengaruh program diskon secara parsial & signifikan terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya?
3. Apakah ada pengaruh citra toko secara parsial & signifikan terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya?
4. Apakah ada pengaruh motivasi konsumen secara parsial & signifikan terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui menganalisis, dan membuktikan :

1. Pengaruh program diskon, citra toko dan motivasi konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya
2. Pengaruh program diskon secara parsial terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya.
3. Pengaruh citra toko secara parsial terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya.
4. Pengaruh motivasi konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Penulis

Sabagai tolak ukur mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis mengenai masalah-masalah yang dihadapi Minimarket Fakhrie By Noya.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan manfaat yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Minimarket dan karyawan Minimarket Fakhrie By Noya.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan dan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain pada masa yang akan datang dan menyajikan informasi mengenai pengaruh program diskon, citra toko dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada mini market fakhrie by noya.

4. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan khususnya terhadap ilmu manajemen pemasaran serta dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, (2013), Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, (2015), Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas. Remaja Rosdakarya:Bandung
- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, (2017), Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Afandi, (2018), Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori , Konsep dan Indikator). Riau: anafa Publishing.
- Bob Foster. 2019. "Manajemen Ritel". Alfabeta, Bandung
- Burhanuddin Yusuf, (2015), Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Rajawali Pers)
- Enny, (2019), Manajemen Sumber Daya Manusia, Surabaya : UBHARA Manajemen Press.
- Fahmi, Irham, (2016), Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta
- Fahmi, Irham, (2017), Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung: Alfabeta.
- Gibson, (2017), Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses. (Terjemahan) Edisi Delapan. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamali, A. Y. (2018), Pemahaman Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Henry, Simamora, (2012), Manajemen Sumber Daya Manusia, Gramedia, Jakarta
- Henry, Simamora, (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bina Aksara.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1 (kesembilaned.). Jakarta: Erlangga
- Sugiyono, (2013), Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta. CV
- Sugiyono, (2015), Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2016), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono, (2017), Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2019), Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sutrisno, Edy (2016), Manajemen Sumber Daya Manusia, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Sutrisno, (2017), Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Ke-9, Kencana, Jakarta
- Sutrisno, (2019), Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetak ke sebelas. Prananda Media Group, Jakarta.
- Umam, (2018), Perilaku Organisasi, bandung : Pustaka Setia.
- Tridinanti, Universitas. 2023. Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Palembang : Universitas Tridinanti.