

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh diskon harga dan kualitas produk terhadap minat membeli masyarakat di Indomaret Kota Sintang tahun 2026. Maka dapat dibuat kesimpulan sesuai dengan prosedur dari penelitian sebagai berikut.

1. Pengaruh Diskon Harga (X1) terhadap Minat Membeli (Y) masyarakat di Indomaret Kota Sintang berada pada interpretasi sedang. Hasil pengujian diperoleh koefisien korelasi 0,475 dan koefisien determinasi $r^2=78,1\%$ adapun sisanya 21,9% terkait faktor lain, dengan derajat kebebasan $dk=n-2$ dan $\alpha=0,05$ dan tingkat signifikansinya $0,000<0,05$ dengan t hitung $> t$ tabel yaitu $-3,793>1,661$ maka demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Diskon Harga dengan Minat Membeli masyarakat di Indomaret Kota Sintang
2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Membeli (Y) masyarakat di Indomaret Kota Sintang berada pada interpretasi kuat. Hasil pengujian diperoleh koefisien korelasi 0,680 dan koefisien determinasi $r^2=78,1\%$ adapun sisanya 21,9% terkait faktor lain, dengan derajat kebebasan $dk=n-2$ dan $\alpha=0,05$ dan tingkat signifikansinya $0,000<0,05$ dengan t hitung $> t$ tabel

yaitu $13,584 > 1,661$ maka demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dengan Minat Membeli masyarakat di Indomaret Kota Sintang.

3. Pengaruh Diskon Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Minat Membeli (Y) masyarakat di Indomaret Kota Sintang berada pada interpretasi sangat kuat. Hasil pengujian diperoleh koefisien korelasi X_1 sebesar 0,475 dan X_2 sebesar 0,680 dengan koefisien determinasi $R^2=78,1\%$ adapun sisanya 21,9% terkait faktor lain, dan F hitung untuk Diskon Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Minat Membeli (Y) sebesar $173,404 > F$ tabel 3,090 dengan nilai sig sebesar 0,000 (lebih kecil dari taraf kesalahan 0,05). Jadi variabel Diskon Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Minat Membeli (Y) maka demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah. Perlu ditegaskan bahwa temuan koefisien regresi diskon harga yang bernilai negatif bukan merupakan suatu kelemahan penelitian, melainkan sebuah temuan menarik yang memperkaya khazanah penelitian di bidang ini karena menunjukkan hasil yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Adapun keterbatasan yang sesungguhnya perlu diakui dalam penelitian ini terletak pada aspek pelaksanaan penelitian, antara lain:

1. Waktu Pelaksanaan Penelitian yang Kurang Merata

Pengumpulan data dalam penelitian ini lebih banyak dilaksanakan pada siang hari, sehingga responden yang berhasil dijangkau cenderung didominasi oleh konsumen yang berbelanja atau bersantai di halaman Indomaret pada jam tersebut, yang mayoritas berasal dari kelompok Generasi Z. Peneliti belum menyusun jadwal pengambilan data secara merata pada pagi, siang, dan sore hari, sehingga konsumen dari kalangan usia atau waktu berbelanja lain belum terjangkau secara proporsional. Kondisi ini menyebabkan sampel belum sepenuhnya mewakili seluruh segmen konsumen Indomaret Kota Sintang, sehingga hasil penelitian, termasuk temuan mengenai pengaruh diskon harga, perlu dimaknai dengan mempertimbangkan karakteristik waktu pengambilan data tersebut. Penelitian selanjutnya perlu menyusun jadwal pengumpulan data yang lebih merata pada pagi, siang, dan sore hari agar dapat menjangkau seluruh kalangan konsumen secara proporsional sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Penggunaan Teknik *Sampling Incidental* yang Tidak Proporsional

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling incidental*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan terhadap konsumen yang ditemui saat berbelanja di Indomaret Kota Sintang. Sebagai konsekuensi dari waktu pengambilan data yang belum merata sebagaimana

diuraikan sebelumnya, teknik ini turut menjadi kurang optimal dalam menjamin keterwakilan seluruh karakteristik konsumen secara merata. Karena pada saat peneliti melakukan penelitian yang banyak dijumpai berbelanja sambil duduk bersantai di halaman Indomaret Kota Sintang adalah rata-rata gen z sehingga sampel yang terkumpul cenderung didominasi oleh satu kelompok usia tertentu, dalam hal ini Generasi Z, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara menyeluruh kepada semua segmen konsumen. Apabila pengambilan sampel dilakukan secara lebih proporsional dan merata berdasarkan kelompok usia atau karakter konsumen, kemungkinan besar hasil penelitian pada variabel diskon harga akan menunjukkan pengaruh yang lebih positif dan konsisten pada variabel yang diteliti.

3. Cakupan Variabel yang Terbatas

Penelitian ini hanya memfokuskan dua variabel bebas yaitu diskon harga dan kualitas produk. Padahal minat membeli konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor lain seperti lokasi toko, pelayanan, promosi, dan faktor psikologis konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Saran

1. Kepala Toko/Manajer Indomaret Kota Sintang

Pertama, untuk menjadi pilihan utama konsumen: Indomaret harus menerapkan strategi pemasaran seperti pemberian diskon harga dan menjaga kualitas produk secara bersama-sama yang pada akhirnya akan mempengaruhi minat membeli masyarakat. Kedua, mengingat diskon harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan, maka pihak Indomaret Kota Sintang harus terus memperhatikan dan meningkatkan kedua faktor tersebut. Diskon harga hendaknya diberikan secara rutin dan menarik dengan potongan yang cukup besar pada produk-produk yang banyak dibutuhkan masyarakat. Sementara itu, kualitas produk harus terus dijaga melalui pengelolaan stok yang baik, menjaga kondisi kemasan, serta memastikan produk yang tersedia selalu dalam kondisi layak dan sesuai standar.

2. Penelitian Selanjutnya

Peneliti memberikan saran kepada penelitian yang akan datang. Perlu adanya dilakukan penelitian lagi terkait faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, mengingat masih terdapat 21,9% faktor lain yang mempengaruhi minat membeli masyarakat di Indomaret Kota Sintang selain diskon harga dan kualitas produk. Faktor-faktor tersebut seperti kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan lain sebagainya. Untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut

berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap minat membeli konsumen. Kemudian dalam variabel ditambahkan, karena semakin banyak pernyataan maka semakin banyak informasi yang diperoleh. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menyusun jadwal pengambilan data secara merata pada pagi, siang, dan sore hari, sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan konsumen yang berbelanja pada waktu yang berbeda-beda, tidak hanya terpusat pada satu kelompok waktu tertentu saja. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan lebih memadai dan mampu menggambarkan minat membeli konsumen secara lebih komprehensif sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik pengambilan sampel yang lebih proporsional dan merata, seperti teknik *stratified* random sampling, agar dapat mewakili seluruh kelompok konsumen secara seimbang berdasarkan usia, tingkat pendapatan, maupun karakteristik lainnya. Hal ini penting mengingat dalam penelitian ini sampel cenderung didominasi oleh kelompok Generasi Z yang memiliki perilaku konsumsi berbeda, sehingga hasil penelitian selanjutnya dapat lebih digeneralisasikan secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A., HS, S., Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S. D., Wulandari, Prasetyo, A. H., Sinambela, S., Mansur, Aulia, T. Z., Hamzah, A., Firmansyah, H., Andari, S., Rismadi, B., Purba, S., Gazi, & Sina, I. (2021). *Metodologi Penelitian & Analisis Data Comprehensive*. Insania.
- Afianny, F. D., & Salsabila, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wuling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(2), 51–52. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1277>
- Ahmaddien, I., & Syarkani, Y. (2019). Statistika Terapan. In E. Warsidi (Ed.), *Statistik Terapan*. ITB Press. https://www.researchgate.net/publication/362127504_Statistika_Terapan
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA MANADO*. 9(2), 663–674.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meninggalkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui TokoPedia). *Journal Of Management Small And Medium Enterprises (SME's)*, 15(3), 371.
- Darwin, M., Salman, M. R. M., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Budi, I. M. D. M. A., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Dermawan, M., & Junia, A. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Indomaret Daan Mogot 30 Moulvi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(5), 598.
- Dewa, A. lesmana, & Rahmasari, L. (2023). *PENGANTAR EKONOMI MIKRO*. CV. Pustaka STIMART AMNI.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., Yuliani, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtiar, N. K., Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurohim, Ardyan, E. E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. AHLIMEDIA PRESS.
- Fahmi, N., Hafid, R., Ilato, R., Bahsoan, A., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Promo Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Indomaret. *Journal of Economic and Business Education*, 1(3), 163–164. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i3.23093>
- Ghozali, H. I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, H. I. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 19. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian (kualitatif & Kuantitatif)*. CV. Pustaka Ilmu Editor: <http://webs.ucm.es/info/biomol2/Tema01.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.addr.2009.04.004>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 3, Issue 3). Lakeisha. <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>
- Jaya, I. M. L. M. (2025). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. QUADRANT.
- Kando, G. S. M., Irawan, J. P., & Adriana, E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Pada Minat Beli Playstation 4. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 264. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.259>
- Lestari, E. A., Prabowo, H., & Sijabat, R. (2024). Analisis Pengaruh Price Discount, Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee-Id. *Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(3), 83. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i3.518>
- Lestari, P., Muhajirin, M., & Ismunandar, I. (2024). Pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bolly Dept Store Sila Bolo. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 30. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i3.2208>
- Lestari, T. D., & N, M. N. (2025). G. *Jurnal Ekonomi Ichsan Sidenreng Rappang*, 4(2), 320–330.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maharani, H. P., Aulia, J., Matondang, K. A., & Simamora, L. G. B. (2024). Literature Review: Pengaruh Diskon dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan Permintaan Konsumen. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 54–62. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3188>
- Maulana, I. (2022). PERAN PENGGUNAAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI E-COMMERCE ELEVENIA PADA MAHASISWA KABUPATEN PURWAKARTA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 14. <http://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/download/384/236>
- Melissa, M., & Weny, W. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN

KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JC VEGETARIAN & COFFEE MEDAN. *Jurnal Kajian Fenomena Ekonomi & Bisnis* Vol, 3(1), 56. <https://doi.org/10.37715/jp.v3i1.668>

- Meylovsky, R., Pardede, R., & Mulia, U. B. (2025). The Effect of Discount Price on Impulsive Buying Mediated by Utilitarian Browsing in TikTok Shop (Empirical Study of Gen Z and Millennials in Jakarta Rourentsia. *Edunity: Social and Educational Studies Journal*, 4(8), 602.
- Nafis, M. A. A., Fahriani, D., Wicaksono, A., & Anwar, C. (2025). Pengaruh penawaran diskon dan kemudahan pembayaran terhadap peningkatan penjualan e-commerce. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 22(1), 20. <https://doi.org/10.36406/jam.v22i1.88>
- Nugroho, R. L., Novitaningtyas, I., & Lionora, C. A. (2025). DISKON HARGA, VISUAL MERCHANDISING, DAN ATMOSFER TOKO SEBAGAI ANTESEDEN PEMBELIAN IMPULSIF DI MINIMARKET. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 6(1), 47.
- Nurwidyanti, F., & Liyas, J. N. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen PT. Frisian Flag Indonesia di Cabang Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(3), 364. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i3.1367>
- Oktaviani, D., & Rodhiah. (2021). PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOVE BEAUTY AND PLANET DI JAKARTA. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 6(3), 42–59. <https://doi.org/10.4018/ijabim.2015070104>
- Pangestu, R., & Sholahuddin, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel Intervening. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 5(8), 4003. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.429>
- Parinussa, R., Salhuteru, A. C., & Pattipeilohy, V. R. (2024). PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI MINYAK GORENG CAMAR PADA MINIMARKET INDOMARET CABANG DIPONEGORO KOTA AMBON. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 29.
- Praditya, R. A. (2024). The Role of service quality, product quality, location and product innovation on consumer purchasing decisions and word of mouth. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 5(2), 20. <http://www.jiemar.org>
- Putri, C. P., & Tanjung, Y. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA PRODUK DI INDOMARET MEDAN MARELAN 1Cindy. *Jurnal Widya*, 5(2), 2089.

- Rahayu, M. (2025). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Indomaret Cabang Kebayoran Lama 3 Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis Volume*, 2(1), 2. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Ramdiani, R. (2025). Pengaruh Periklanan (Advertising) dan Harga Terhadap Minat Pembeli di Elshinta Swalayan Sukaraja. *Jurnal Manuhara (Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis)*, 3(4), 438. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/view/2273>
- Rochma, F., Sholikhah, A., Safia, A. R. D., Vernandia, A. L., Afandi, A., & Islamiyah, I. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SAMBAL GAMI JEET 81 PORONG. *Journal Unusida*, 2(1), 34.
- Rodhiah, D. O. (2021). PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOVE BEAUTY AND PLANET DI JAKARTA. *Jurnal Syntax Idea*, 3(7), 1588.
- Salsabila, A., & Kusuma, R. C. S. D. (2025). the Influence of Product Quality and Price on Consumer Purchase Intention At Pt. Vivo Mobile Communication. *Journal of Vocational Applied Research and Studies*, 2(1), 3. <https://doi.org/10.21831/jvars.v2i1.934>
- Setianah, P., Herlina, L., Pamenta, M., & Purba, H. H. (2023). Persebaran Fungsi Kualitas Quality Function Deployment (QFD) di Bidang Manufaktur. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 21(1), 49. <https://doi.org/10.52330/jtm.v21i1.95>
- Setiawan, E. (2024). Analisis Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Athena Skincare Pada Platform Tiktok Shop. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 3(2), 643–658. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v3i2.1179>
- Setiawan, M. R., & Sunaryo, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(3), 574. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.3.01>
- Sore, A. D., Fitriani, M. S., & Suriyanti, Y. (2024). MINAT BERWIRAUSAHA DI ERA SOCIETY 5 . 0: PERAN LOCUS OF CONTROL DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(1), 242.
- Sudrajat, D. (2020). *PENGANTAR STATISTIKA PENDIDIKAN DISERTAI APLIKASI PROGRAM SPSS*. Center of Language and culture studies (pusat kajian bahasa dan budaya).
- Sugiyono. (2019a). *metode penelitian*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019b). *Statistika untuk Penelitian*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, cv.
- Supriadi, Y. N., Marzuki, F., Ariani, N., Rest, A. A., Argo, J. G., Aryani, L., Mardiatmi, B. D., Wadu, R. M. B., Matondang, N., & Pusporini. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran di Era Digital*. CV BUDI UTAMA. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Syauqi, M. N., Putra, M. U. M., Sukarsih, & Selfira. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 299.
- Yusditara, W., Nurdelila, & Harahap, N. H. (2025). Strategi Telemarketing yang Efektif: Analisis Pengaruhnya terhadap Minat Beli Mobil Hino di PT Indo Mobil Prima Niaga. *Jurnal Kajian Fenomena Ekonomi & Bisnis*, 03(01), 77.
- ZA, S. Z. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Forum Pemuda Aswaja.