

**PENGARUH *DISCOUNT* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi pada Konsumen Sports Station Royal Plaza Surabaya)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**ASFINA OKTAVIANI**

**NIM: 08020320029**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Asfina Oktaviani, 08020320029 menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 18 Juni 2024



Asfina Oktaviani

NIM. 08020320029

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 19 Juni 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,



Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si

NIP. 198209052015031002

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH *DISCOUNT* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN SPORTS STATION ROYAL PLAZA SURABAYA)

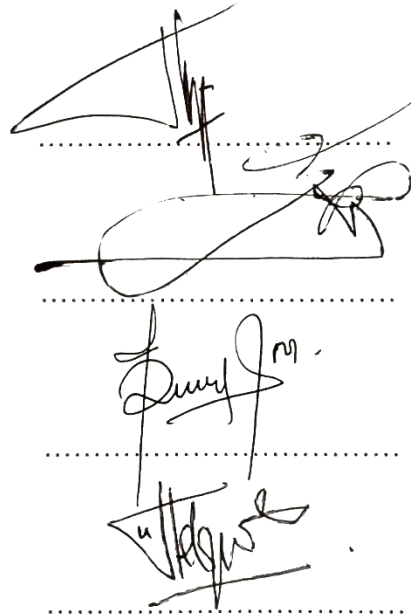
Oleh  
Asfina Oktaviani  
NIM: 08020320029

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

#### Susunan Dewan Penguji

1. Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si.  
NIP. 198209052015031002  
(Penguji 1)
2. Dr. H. Akh. Yunan Athoillah, M.Si.  
NIP. 198101052015031003  
(Penguji 2)
3. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.  
NIP. 198612132019032009  
(Penguji 3)
4. Helmina Ardyanfitri, S.M., M.M.  
NIP. 199407282019032025  
(Penguji 4)

#### Tanda Tangan



Surabaya, 16 Juli 2024  
Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ASFINA OKTAVIANI  
NIM : 08020320029  
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/MANAJEMEN  
E-mail address : asfinaoktaviani@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain ( ..... )  
yang berjudul :

PENGARUH *DISCOUNT* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen Sports Station Royal Plaza Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 September 2024

Penulis

( ASFINA OKTAVIANI )

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel *discount* dan keragaman produk dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Pemberian *discount* pada produk tertentu yang dijual dapat membantu menumbuhkan keinginan untuk melakukan keputusan pembelian. Namun, penyampaian informasi mengenai *discount* juga harus disampaikan dengan jelas agar mudah dipahami oleh konsumen. Keragaman produk juga salah satu faktor yang menjadi alasan seseorang untuk membeli karena konsumen merasa dimudahkan untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Kedua faktor tersebut dapat memengaruhi minat beli dari konsumen, dengan begitu semakin tinggi minat beli seseorang maka akan semakin tinggi juga kecenderungan untuk melakukan keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dimana metode ini dilakukan untuk menganalisis data dan menguji sampel yang bertujuan untuk menguji hubungan variabel pada hipotesis penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Studi ini menggunakan skala likert lima poin untuk mengukur jawaban responden. Objek penelitian yang digunakan yaitu konsumen *Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 170 responden yang ditentukan melalui teknik *non-probability sampling*. Peneliti menganalisis hipotesis penelitian menggunakan SEM-PLS melalui program SmartPLS versi 4.0 untuk menguji instrumen dan hipotesis.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa, *discount* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya*. Keragaman produk tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya*. Minat beli memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya*. *Discount* memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen *Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya*. Keragaman produk memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen *Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya*. Variabel minat beli dapat berperan sebagai variabel mediasi hubungan antara *discount* dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya*.

Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat lebih memahami situasi pasar untuk mengetahui kebutuhan konsumen. *Sports Station* dapat mempertahankan keragaman produknya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu metode pembayaran yang memudahkan juga dapat menjadi penunjang konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi *discount* yang selama ini dilaksanakan juga perlu untuk divariasikan agar konsumen tidak merasa bosan dengan promosi yang ada.

**Kata kunci:** *Discount*, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli

## ABSTRACT

The aim of this research is to find out how the relationship between discount variables and product diversity can influence purchasing decisions through purchase intention. Providing discounts on certain products being sold can help increase the desire to make purchasing decisions. However, information regarding discounts must also be conveyed clearly so that it is easy for consumers to understand. Product diversity is also one of the factors that makes someone buy because consumers feel it is easy to get the product they want. These two factors can influence consumers' buying interest, so the higher a person's buying interest, the higher the tendency to make purchasing decisions.

The method used in this research is a quantitative method, where this method is used to analyze data and test samples with the aim of testing the relationship of variables to the research hypothesis. This research uses survey techniques by distributing questionnaires. This study uses a five-point Likert scale to measure respondents' answers. The research objects used were consumers of Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya. The sample in this study was 170 respondents who were determined using non-probability sampling techniques. Researchers analyzed research hypotheses using SEM-PLS through the SmartPLS version 4.0 program to test instruments and hypotheses.

The results of the hypothesis test show that discounts have an influence on consumers' purchasing decisions at Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya. Product diversity does not have an influence on consumers' purchasing decisions at Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya. Purchase interest influences consumer purchasing decisions at Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya. Discounts have an influence on consumers' buying interest at Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya. Product diversity influences consumer buying interest at Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya. The purchase interest variable can act as a mediating variable in the relationship between discounts and product diversity on consumer purchasing decisions at Sports Station Royal Plaza Mall Surabaya.

Researchers suggest that companies can better understand the market situation to find out consumer needs. Sports Station can maintain its product diversity in order to meet consumer needs. Apart from that, easy payment methods can also support consumers in making purchases. The discount promotions that have been implemented so far also need to be varied so that consumers do not feel bored with the existing promotions.

**Keywords: Discount, Product Diversity, Purchase Decision, Purchase Interest**

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	12
1.3    Tujuan Penelitian.....	12
1.4    Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1    Manfaat bagi perusahaan.....	13
1.4.2    Manfaat bagi akademisi.....	14
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1    Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	15
2.1.1    Definisi Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	15
2.1.2    Jenis-jenis Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	16
2.1.3    Indikator Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	17
2.2    Keragaman Produk.....	18
2.2.1    Definisi Keragaman Produk.....	18
2.2.2    Indikator Keragaman Produk.....	19
2.3    Minat Beli.....	20
2.3.1    Definisi Minat Beli.....	20
2.3.2    Indikator Minat Beli.....	22
2.4    Keputusan Pembelian.....	23
2.4.1    Definisi Keputusan Pembelian.....	23



2.4.2	Tahap-tahap Keputusan Pembelian .....	24
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian .....	25
2.5	Penelitian Terdahulu.....	27
2.6	Kerangka Konseptual.....	36
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	37
2.7.1	Pengaruh <i>Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.7.2	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.7.3	Pengaruh <i>Discount</i> terhadap Minat Beli.....	38
2.7.4	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli.....	39
2.7.5	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.7.6	Pengaruh <i>Discount</i> Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli.....	41
2.7.7	Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli .....	42
BAB III .....		43
METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Jenis Penelitian .....	43
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
3.3	Populasi dan Sampel .....	44
3.4	Variabel Penelitian .....	46
3.4.1.	Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	46
3.4.2.	Variabel Dependen .....	46
3.4.3.	Variabel Intervening .....	47
3.5	Definisi Operasional .....	47
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	48
3.6.1.	Data Primer .....	48
3.6.2.	Data Sekunder .....	50
3.7	Teknik Analisis Data .....	50
3.7.1.	Structural Equation Modeling (SEM) .....	51
3.7.2.	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	51
3.7.3.	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	51
3.7.4.	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	53
BAB IV .....		57
HASIL PENELITIAN .....		57

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
4.1.1.	Sejarah <i>Sports Station</i> .....	57
4.1.2.	Visi dan Misi <i>Sports Station</i> .....	58
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	59
4.2.2.	Hasil Jawaban Responden .....	62
4.3	Evaluasi Model.....	67
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	68
4.3.2	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	74
4.4	Pembahasan .....	84
BAB V	.....	96
PENUTUP	.....	96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	.....	99
LAMPIRAN	.....	108



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berbagai Merek yang dijual oleh Sports Station.....	5
Gambar 1.2 Produk yang sering dicari oleh konsumen Sports Station .....	6
Gambar 1.3 Ramadhan Special Offer .....	8
Gambar 1.4 Keragaman Produk Sports Station .....	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 4. 1 Logo Sports Station .....	58
Gambar 4. 2 Model Struktural .....	67
Gambar 4. 3 Outer Model Keseluruhan.....	68
Gambar 4. 4 Outer Model Setelah Eliminasi Indikator .....	68
Gambar 4. 5 Hasil Bootstrapping.....	76



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Toko Perlengkapan Olahraga Tahun (2021-2023) .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	47



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>
- Agustina, L., & Parjono. (2017). Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 39–43.
- Aldo. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Ana, N., Rijal, S., Mustari, M., Dinar, M., & Hasan, M. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Price Discount terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Business and Accounting Education Journal*, 2(3), 260–267. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i3.55830>
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2211>
- Arfis, A. H., Hadipura, H., Nofirda, F. A., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Website Sport Station*. 7, 30451–30453.

- Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, 7(1), 87–98. <https://doi.org/10.36055/jft.v7i1.3305>
- Duha, T., Buulolo, P., & Dakhi, S. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam. *Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 2(2), 29–34.
- Emas Septiani Br Tarigan, Anisa Silvani, Jihan Syahreni Br Tarigan, & Jarungjung Hutagaol. (2022). Analysis of Discount, Free Shipping and Product Diversity on Product Purchase Decisions on the Shopee Marketplace. *Sean Institute*, 11(01), 292–297.
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 256. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i2.1867>
- Fatma, N. F., Ponda, H., & Yuliani, D. (2021). Perbaikan Proses Pengujian Kualitas Pada Produk Donut Mix Untuk Meningkatkan Produktivitas. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(2), 93. <https://doi.org/10.31000/jim.v6i2.5005>
- Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2628–2643.

<https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.838>

- Geret, M., Yelviana, A., Sagitary, A., Fitri, A., Putri, I. K., & Putra, R. B. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Transmart Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.61674/jimin.v1i1.47>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0* (2nd ed.).
- Ghufron, M., & Zuraida, L. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamidi Tritunggal Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(3), 716–730. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i3.557>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hardianti, N., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening di Marketplace Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1777. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1470>
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100–110. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848>
- Hongdiyanto, C., Hartono, W., Ongkowijoyo, G., & Saputra, V. (2020). The Effect of Discount and Promotion towards Customer Purchase Intention in Online Shop.

*Journal of Wellbeing Management and Applied Psychology*, 3(3), 21–30.

Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85.  
<https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.332>

Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus: Pada Pengguna Sepeda Motor Di Kota Padang). *KUMPULAN EXECUTIVE SUMMARY MAHASISWA PRODI MANAJEMEN WISUDA KE 77 TAHUN 2022*, 20(2).

Ilham Hadi Nur Yufa, & Dwi Lestari, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.

Irawati, W., & Santoso, R. P. (2021). Pengaruh Promosi Online, Price Discount Dan Product Assortment Terhadap Impulse Buying. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 5(2), 59.  
<https://doi.org/10.32682/jpekbm.v5i2.2260>

Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 30–44.  
<https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.181>



- Kurniawan, B., & Anggraeni, R. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Dan Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Bekas Thriftdulduldul). *JIMFEB*, 10, 17.
- Lukito, W. A., & Fahmi, D. L. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
- M. Semarang, S. Hartono, Y. B. (2019). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT. INDEX SUKOHARJO. *Edunomika*, 03(02), 533–540.
- Murasmutia, A., Hardjajani, T., & Nugroho, A. A. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Pakaian pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajiwa*, 4, candrajiwa.psikologi.fk.uns.ac.id/index.php/candrajiwa/article/download/114/10
- 5 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
- Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. 6, 66–78.
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>

- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- Rainy, A., & Widayanto, W. (2020). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pelanggan Zalora). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 149–156. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26233>
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 20–32. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.244>
- Rismayadi, B. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKTIVITAS KARYAWAN (Studi Kasus pada CV Mitra Bersama Lestari Tahun 2014). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v1i1.53>
- Rizal, R., & Hardian, A. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen Di Gerai Indomaret Mandala By Pass 1 Cabang Medan (Studi Kasus Di Kecamatan Medan Denai, Kota Medan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 1(1), 96–103.
- Setyawan, S., S, S. N., & Prativi, A. (2021). The Effect of Promo Price and Product Variation on Purchasing Decision at Grabfood, OVO Payment as an Intervening Variables. *International Conference on Economics, Management, and Accounting, 2021*, 1–9. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1026>
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Simange, C., Tawas, H. N., Roring, F., Pengaruh, A., Harga, P., Merek, C., Kepercayaan, D. A. N., Terhadap, P., Pembelian, K., Alfamidi, D. I., & Tobelo, K. E. C. (2023). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA*, 11(3), 761–771.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sonia Yolandia. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tb Isna Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 557–566. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i5.1687>
- Tari, P. S., & Hartini. (2021). Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk Dan Lokasi

- Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba (Studi Kasus Pada “Yourboba” Di Kecamatan Empang). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4.
- Tumbuan, J. F. A., Ogi, I. W. J., Produk, P. K., Toko, S., Promosi, D. A. N., Keputusan, T., Konsumen, P., Paragon, D. I., & Kabupaten, M. (2021). Kepulauan Sangihe The Effect Of Product Diversity, Location, Store Attitude, And Promotion On Consumer Purchase Decisions At Paragon Mart District Sangihe Islands. *EMBA*, 9(3), 313–322.
- Tussakdiah, N. H. (2021). Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Giant Extra Alaya Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 250. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5961>
- Ulfami Paquita. (2020). Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, Dan Hargaterhadap Keputusan Pembelian Pada Onlineshop Giyomi Melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 701–708. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/32050/29070/>
- Usop, D. S. (2013). Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Penyesuaian Diri Pada Remaja. *Anterior Jurnal*, 13(1), 52–55. [http://repository.radenintan.ac.id/10706/1/Skripsi 2.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/10706/1/Skripsi%20.pdf)
- Wadud Ubaidillah, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Universitas Trunojoyo Madura). *Management Studies*, 17(1), 1–23.
- Wahida, S. N., Arief, M. Y., & Syahputra, H. (2023). PENGARUH VARIASI

PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI ANITA CAKE SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(7), 1434–1451.

Widjaya, E., Srikandi, P., & Yulianto, K. E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 184–193.

Widodo, S. S. (2017). Pengaruh Discount, Display Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko D'Spot Kediri. *Simki-Economic*, 1(1), 2–8.  
[http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file\\_artikel/2017/07dd43ab928882eb1eecf51fba983218.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/07dd43ab928882eb1eecf51fba983218.pdf)

Zein, A. F., Karnadi, & Praja, Y. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Melina Panji Situbondo. 1(9), 1825–1841.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A