

**PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
STORE AZWA PARFUME JL. TEUKU UMAR*****The Effect of Price Discounts on Purchase Decisions at Azwa Perfume Store Jl. Teuku Umar*****Rahmad irfando**Email : rahmadirfando@student.uir.ac.id

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam
Riau, Jln Kaharuddin Nasution No. 113 Pekanbaru Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia
9022

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua variabel dimana variabel X adalah *Price Discount* dan variabel Y adalah keputusan pembelian. Tujuan digunakan kedua variabel tersebut guna melihat pengaruh antara Variabel *price discount* terhadap variabel keputusan pembelian pada *store azwa perfume jl. teuku umar*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sensus pada *azwa perfume* dan kepada seluruh konsumen yang berbelanja di *azwa perfume* dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. data yang diperoleh tersebut melalui observasi, kuesioner dan wawancara yang kemudian di analisis menggunakan SPSS Versi 22, dengan hasil pengujian terhadap hipotesis, yang menunjukkan bahwa variabel *price discount* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi dipengaruhi sebesar 0,432 atau 43,2% dapat disimpulkan pengaruh *price discount* terhadap keputusan pembelian pada *store azwa perfume jl. Teuku umar* sebesar 0,432 atau 43,2%, dan sedangkan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *price discount* dan Keputusan pembelian**ABSTRACT**

This research was conducted using two variables where variable X is Price Discount and variable Y is Purchase Decision. The aim of using these two variables is to see the influence of the price discount variable on the purchasing decision variable at the Azwa Perfume store Jl. Teuku Umar. In this research, researchers used a census method on Azwa Perfume and all consumers who shopped at Azwa Perfume were used as samples in this research. The data obtained was through observation, questionnaires and interviews which were then analyzed using SPSS Version 22, with the results of testing the hypothesis, which showed that the price discount variable had a significant effect on purchasing decisions. The determination efficiency value was influenced by 0.432 or 43.2%. It can be concluded The influence of price discounts on purchasing decisions at the Azwa Perfume Jl store. Teuku Umar amounted to 0.432 or 43.2%, and the remaining 56.8% was influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: : *price discount* and purchasing decisions

PENDAHULUAN

Perkembangan pengetahuan dan teknologi membuat perubahan yang sangat begitu pesat bahkan sampai kepada persaingan di dunia bisnis, yang membuat bisnis tersebut mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Perkembangan bisnis yang begitu cepat dari waktu ke waktu menuntut perusahaan untuk bergerak cepat dalam menentukan strategi yang nantinya akan digunakan untuk menghadapi persaingan yang ketat. Diwaktu yang sekarang ini agar dapat menarik hati konsumen perusahaan harus menciptakan kesan yang begitu baik agar konsumen dapat memberikan persepsi yang baik akan produk yang ditawarkan.

Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, strategi pemasaran menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang umum digunakan adalah penggunaan diskon atau potongan harga. Diskon merupakan salah satu bentuk insentif yang ditawarkan kepada konsumen untuk meningkatkan minat dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Penggunaan harga diskon tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi pemasaran yang bertujuan untuk membangun citra merek, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Namun, di balik potensi manfaatnya, penggunaan diskon juga memiliki dampak yang perlu dipertimbangkan secara cermat, terutama terkait dengan margin keuntungan perusahaan serta persepsi konsumen terhadap nilai produk atau layanan.

Price discount adalah penghematan yang ditawarkan kepada konsumen dari hasil normal suatu produk yang tertera dilabel atau kemasan suatu produk (Kotler & Keller). Menurut Tjiptono, *price discount* merupakan potongan harga yang

diberikan oleh penjual kepada pembeli karena aktivitas tertentu dan menarik pembeli. (Azmi, 2023)

Dengan adanya *price discount* inilah konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian, Menurut Tjiptono, (mardiana & sijabat, 2022) Keputusan pembelian adalah suatu proses pengenalan masalah oleh konsumen yang dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai produk atau merk tertentu yang dianggap dapat menyelesaikan masalahnya dan mengevaluasinya terlebih dahulu yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Berikut data konsumen azwa parfume tahun 2023.

Tabel 1 : Data konsumen azwa parfume tahun 2023

Bulan	Jumlah
Januari	325
Februari	290
Maret	305
April	313
Mei	298
Juni	351
Juli	356
Agustus	483
September	341
Oktober	1208
November	287
Desember	354
Total	4911

Sumber : Pengelola Azwa Parfume, 2023

Dari data di atas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan dan penurunan jumlah

konsumen yang berbelanja di setiap bulannya. Dilihat pada bulan Agustus terjadi peningkatan penjualan yaitu sebesar 483 jumlah produk. Lalu pada bulan oktober terjadi peningkatan penjualan sebanyak 1208 produk terjual hal ini di karenakan pada bulan tersebut azwa *parfume* merayakan ulangtahun azwa yang ke 24 tahun dengan memberikan diskon sebesar 25%.

Potongan harga dapat memicu keinginan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Dengan adanya potongan harga bisa membuat konsumen melakukan pembelian dan timbulnya keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain akan produk tersebut.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Store Azwa Parfume Jl. Teuku Umar”**

Studi Kepustakaan

Price discount

Price discount adalah penghematan yang ditawarkan kepada konsumen dari hasil normal suatu produk yang tertera dilabel atau kemasan suatu produk (Kotler & Keller). Menurut Tjiptono , *price discount* merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli karena aktivitas tertentu dan menarik pembeli. (Azmi, 2023)

Menurut Sutisna dalam (Muspita, Heriyanto, & Safitri, 2023) indikator dari potongan harga adalah :

- 1) Besarnya potongan harga. Yaitu besar kecilnya potongan harga yang dilakukan pada saat produk diberi potongan harga atau diskon
- 2) Masa potongan harga. Yaitu masa periode yang dibagikan Ketika adanya potongan harga atau diskon
- 3) Jenis produk yang mendapatkan potongan harga. Yakni keragaman jenis pada produk yang diberi potongan harga atau diskon

Keputusan pembelian

Menurut Tjiptono, (mardiana & sijabat, 2022) Keputusan pembelian adalah suatu proses pengenalan masalah oleh konsumen yang dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai produk atau merk tertentu yang dianggap dapat menyelesaikan masalahnya dan mengevaluasinya terlebih dahulu yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian.

Menurut Kotler & Keller (mardiana & sijabat, 2022) terdapat empat indikator keputusan pembelian, yaitu:

- 1) Kemantapan pada sebuah produk.
- 2) Kebiasaan dalam membeli produ.
- 3) Memberikan rekomendasi pada orang lain.
- 4) Melakukan pembelian ulang.

Teknik Pengukuran

Instrument penelitian ini merupakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan. Penetapan skor yang diberikan pada setiap butir pertanyaan di bagi dalam 5 kategori sesuai dengan *skala likert*.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

lokasi penelitian yang akan diteliti ialah *Store Azwa Parfume* yang berlokasi di Jl. Teuku Umar No. 79, Rintis, Kec. Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau, 28155. Alasan peneliti memilih melakukan penelitian si store tersebut ialah, karena Azwa Parfume sering mengadakan penawaran berupa potongan harga, serta menjadi salah satu store yang cukup lengkap dalam menjual parfum berdasarkan varian jenis parfum dan aroma yang khas.

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini ialah tipe

penelitian deskriptif yang memiliki tujuan agar dapat mendeskripsikan sesuatu secara sistematis, faktual, dengan fakta-fakta yang bersifat obyektif.

Tabel 2. Pengukuran Skala Likert

No	Options	Bobot
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Sedangkan Sampel adalah bagian dari jumlah dan juga karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 92

Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono,

2014) Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 orang.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam menyampaikan ini, teknik yang digunakan adalah :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Kuesioner
- d. Dokumentasi

Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan teori deskriptif, yakni teori yang menghubungkan antara data-data yang diperoleh dengan teori-teori yang bersangkutan dengan permasalahan yang ada didalam penelitian. Data yang ada dalam penelitian ini adalah data dalam bentuk kuantitatif yang nantinya diubah dalam bentuk table dan sejenisnya kemudian dihubungkan dengan teori yang berkaitan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Price Discount* Pada Store Azwa Parfume Jl. Teuku Umar

No	Keterangan	Tanggapan Responden					Jumlah	Bobot	kategori
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Besarnya potongan harga	74	156	32	9	5	184	1.113	Setuju
2	Masa potongan harga	26	90	56	9	3	184	679	Setuju
3	Jenis produk yang mendapat potongan harga	65	146	45	14	6	184	1.083	Setuju
Jumlah		165	392	133	32	14	552	2.875	Setuju

Sumber : Data Hasil Penelitian Olahan, 2024

Berdasarkan tabel rekapitulasi diatas maka dilihat bahwa indikator besarnya potongan harga memiliki bobot 1.113, indikator masa potongan harga memiliki bobot 679, dan indikator jenis produk yang mendapat potongan harga memiliki bobot 1.083. Total bobot yang

diperoleh dari variabel *price discount* dengan sejumlah 2.875. Berdasarkan tabel interval variabel *price discount* total bobot berada pada 2503,4 – 3091,2 dalam kategori setuju.

Tabel 4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Pada Store Azwa Parfume Jl. Teuku Umar

No	Keterangan	Tanggapan Responden					Jumlah	Bobot	kategori
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Kemantapan pada sebuah produk	90	144	33	9	0	184	1.145	Setuju
2	Kebiasaan dalam membeli produk	43	91	36	9	5	184	710	Setuju
3	Memberikan rekomendasi pada orang lain	51	147	59	19	0	184	1.058	Setuju
4	Melakukan pembelian ulang	31	77	51	20	2	184	658	Setuju
Jumlah		215	459	179	57	7	736	3.571	Setuju

Sumber : Data Hasil Penelitian Olahan, 2024

Berdasarkan tabel rekapitulasi diatas maka dilihat bahwa indikator kemantapan pada sebuah produk memiliki bobot 1.145, indikator kebiasaan dalam membeli produk memiliki bobot 710, indikator memberikan rekomendasi pada orang lain memiliki bobot 1.058, dan indikator melakukan

pembelian ulang memiliki bobot 658. Total bobot yang diperoleh dari variabel keputusan pembelian dengan sejumlah 3.571. Berdasarkan tabel interval variabel keputusan pembelian total bobot berada pada 3129 – 3864 dalam kategori setuju.

Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Analisis Validitas Variabel *price discount* (X) dan Variabel keputusan pembelian (Y)

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Nilai Sig	Keterangan
Price Discount (X)	X1	0,643	0,202	,000	Valid
	X2	0,677	0,202	,000	Valid
	X3	0,647	0,202	,000	Valid
	X4	0,331	0,202	,001	Valid
	X5	0,601	0,202	,000	Valid
	X6	0,705	0,202	,000	Valid
	X7	0,640	0,202	,000	Valid
	X8	0,614	0,202	,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,681	0,202	,000	Valid
	Y2	0,597	0,202	,000	Valid
	Y3	0,686	0,202	,000	Valid
	Y4	0,709	0,202	,000	Valid
	Y5	0,734	0,202	,000	Valid
	Y6	0,757	0,202	,000	Valid
	Y7	0,620	0,202	,000	Valid
	Y8	0,671	0,202	,000	Valid
	Y9	0,824	0,202	,000	Valid
	Y10	0,676	0,202	,000	Valid

Sumber : Data Hasil Penelitian Olahan, 2024

Berdasarkan tabel diatas variabel *price discount* (X) thitung > ttabel dan didapatkan n=92 dengan tingkat signifikan 5% yaitu 0,202. Dilihat pada hasil uji validitas bahwa semua item pada variabel X

mulai dari X1, X2, X3, X4, X5, X6, X dan X8 dinyatakan dengan valid karena thitung > ttabel . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua instrument dinyatakan valid.

Demikian juga pada variabel Keputusan pembelian (Y) terdiri dari Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, dan Y10 yang juga

menghasilkan nilai thitung > ttabel . Maka dapat disimpulkan bahwa semua instrument pada penilaian dinyatakan valid.

Uji Realibilitas
Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Price discount (X)	,753	0,60	reliable
Keputusan pembelian (Y)	,880	0,60	reliable

Sumber : Data Hasil Penelitian Olahan, 2024

Dari table diatas nilai Cronbach's Alpha > nilai batas yaitu $0,753 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel *price discount* Reliable, dan nilai Cronbach's

Alpha > nilai batas yaitu $0,880 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian Reliable

Uji T
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.615	3.560		2.701	.008
Price discount	.936	.113	.657	8.275	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas Karyawan

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2024

Dari tabel diatas hasil uji t hitung variabel *price discount* sebesar 8,275 dengan tingkat signifikansi 0,000. Bahwa nilai thitung > ttabel ($8,275 > 1,661$) dengan nilai signifikansi yang diperoleh

thitung tabel ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan adanya variabel *price discount* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.432	.426	4.404

a. Predictors: (Constant), *Job insecurity*

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS,2024

Berdasarkan tabel diatas nilai R^2 sebesar 0,432 atau 43,2%, dapat disimpulkan bahwa pengaruh *price*

discount terhadap keputusan pembelian sebesar 43,2%, dan sedangkan 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.615	3.560		2.701	.008
<i>Price discount</i>	.936	.113	.657	8.275	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas Karyawan

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS,2024

Dari persamaan regresi linear sederhana tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar 9,615 artinya jika variabel bebas X (*price discount*) nilainya tetap, maka variabel Y (keputusan

pembelian) sebesar 9,615, setiap kenaikan 1% pada *price discount* dapat mempengaruhi kenaikan pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,936

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa mengenai *price discount* terhadap Keputusan pembelian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. *Price discount* merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh *azwa perfume* untuk dapat menarik konsumen berbelanja. Cara ini dianggap efektif untuk menarik konsumen baru serta mempertahankan konsumen lama dan juga sebagai alat promosi produk *azwa perfume*
2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, keputusan pembelian terhadap *azwa perfume* dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor utamanya

adalah kualitas produk dan harga hal ini telah dianalisis dan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada *azwa perfume*

3. Variabel *Price discount* di *azwa perfume* berada pada kategori “setuju”. Dapat diartikan bahwa *price discount* yang terdiri dari besarnya potongan harga, masa potongan harga, dan jenis produk yang mendapat potongan harga akan mempengaruhi keputusan pembelian. Selanjutnya, keputusan pembelian pada store *azwa perfume* jl. Teuku umar berada pada kategori “setuju” dimana keputusan pembelian

yang terdiri dari kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi pada orang lain, dan melakukan pembelian ulang sesuai dengan harapan konsumen. Hasil analisis regresi linear sederhana membuktikan variabel *price discount* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *store* azwa parfume jl. Teuku umar, dengan kata lain semakin tinggi *price discount* maka keputusan pembelian semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di paparkan, maka ada beberapa saran yang terkait dengan penelitian ini yaitu:

1. Untuk *store* azwa parfume sendiri diharapkan agar lebih sering lagi mengadakan promo potongan harga sehingga dapat menarik konsumen baru dan dapat mempertahankan konsumen lama sehingga konsumen melakukan pembelian ulang pada azwa parfume.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang sama dengan objek berbeda agar dapat menguji lebih banyak instrumen landasan teori maupun referensi terkait dengan judul agar penelitiannya menjadi lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, F., Agustin, H., Sasraningsih, E., Noor, A. N. B. M., Ismail, I. B., Abdullah, N. A. B. N., & Ibrahim, I. B. (2023). Analysis of the Influence of Zakat Distribution on Poverty Rates in Riau Province during the Covid-19 Pandemic. *Res Militaris*, 13(2), 328-339.
- Adnan, I. M., & Hamim, S. (2019). A feasibility study of the expansion of the districts of Pelalawan Regency, South Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 41-57.
- Afrizal, A., Munaf, Y., Yogia, M. A., Suri, D. M., Prayuda, R., & Amri, P. (2023). Government-Owned Digital Services to Overcome the Spread of COVID-19, Case in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 15(5), 1553-1563.
- Agustin, H., Almuttaqin, M. A., Yusnita, R. R., & Safitri, N. (2023). Analyzing Business Feasibility: A Comprehensive Study Using Hamdi's Method. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 521-534.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Sundari, E., & Yusrawati, Y. (2023). Feasibility Analysis of Boutique Business Development "Myfashionproject" In Pekanbaru. *Journal of System and Management Science*, 13(1), 85-102.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Tanjung, A. R., & Said, M. (2018). Ownership structure and bank performance. *Banks and Bank Systems*, 13(1), 80-87.
- Agustin, H., Yusrawati, E. S., Hidayah, T. H. N., & Arizza, N. V. The Impact of Income Smoothing on Bank Performance: An Islamic Perspective on Listed Banks in Indonesia (2014-2018).
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol 4, No 12, 1-15.
- Azam, M. C., & Sukandani, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Price Discount Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo Di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. Jurnal Penelitian Bisnis Berkelanjutan, Vol.1 No.1 Desember 2020, 506-515.
- Azmi, N. (2023). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying. Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 2. No. 1, 30-36.
- Azni, A., Yuanda, L., Hatta, Z. M., & Mariyanti, T. (2016). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Dalam Memprediksi Kecenderungan Terjadinya Kebangkrutan Pada Bank Umum Syariah; Bni Syariah, Bri Syariah, Mandiri Syariah, Mega Syariah, Bukopin Syariah (Suatu Studi Penggunaan Model Altman's Z-Score). Jurnal Dakwah Risalah, 27(1), 1-9.
- Azwirman, A., Zulhelmy, Z., & Suryadi, A. (2019). Analysis of islamicity performance index on sharia banks in Indonesia. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 10(3), 221-232.
- Duha, T., Buulolo, P., & Dakhi, S. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan, 2. No. 2, 29-34.
- Eka Nuraini Rachmawati, A. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Agency Cost, dan Dividend Payout Ratio terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012. Jurnal Al-Iqtishad, 10(1), 55-67.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V7.I01.P17>
- Ginting, W. R., & Hamim, S. (2016). Pelaksanaan Pengawasan Oleh Dinas Kesehatan Terhadap Produksi Air Bersih Isi Ulang Di Kota Pekanbaru. PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 2(2), 128-143.
- Hamim, S., & Indrastuti, S. (2019). The Open System of Strategic Planning for the Development of Rural Autonomy in Riau, Indonesia. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 10(4), 27-40.
- Hamim, S., & Vianda, L. (2019). Strategi Pembangunan Kontekstual Terpadu Sektor Perkebunan, Pertanian, Peternakan, Perikanan Dan Industrialisasi Pengolahan Menjadi Pakan Ternak dan Ikan. PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 5(2), 206-216.

- Hamim, S., Karya, D., Indrastuti, S., Zubaidah, E., & Yuna, S. E. (2022). Teamwork Strategy of the Development Planning Consultative Team of the Food Security Program. *Social Science Journal*, 12(4), 2278-2289.
- Hamim, S., Vianda, L., & Pitaloka, S. (2020). Penerapan Prinsip Prinsip Pelayanan Publik Di Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk Dan Catatan Sipil Kantor Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 1-10.
- Heriyanto, M. (2017). Influence Of Price Discount And Sales Promotion On Impulse Buying Azwa Parfume Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Administrasi*, 2. No. 2, 1-10.
- Herlena, S. Z., Yogia, M. A., Rahman, K., Prayuda, R., & Munaf, Y. (2021). Analysis of the performance of state civil servants in the functional provision of salary in the department of education and culture Pelalawan District. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(3), 303-321.
- Indrastuti, S., Rachmawati, E. N., Agustin, H., & Yusnita, R. R. (2022). The Influence of the Quality of Human Resources and Organizational Commitment on Employee Performance at the Secretariat of the Regional People's Representative Council of Riau Province. *Central European Management Journal*, 30, 735-741.
- Karya, D., Hasan, H., & Kadir, E. A. (2017). Impact of forest fire to economic and environment in Riau Province Indonesia. *International Business Management*.
- Kausarian, H., Sumantyo, J. S., Kuze, H., Karya, D., & Panggabean, G. F. (2016). Silica Sand Identification using ALOS PALSAR Full Polarimetry on The Northern Coastline of Rupat Island, Indonesia. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 6(5), 568-573.
- Kausarian, H., Sumantyo, J. S., Kuze, H., Karya, D., & Panggabean, G. F. (2016). Silica Sand Identification using ALOS PALSAR Full Polarimetry on The Northern Coastline of Rupat Island, Indonesia. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 6(5), 568-573.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, D. O., Millenia, A., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Discount Terhadap Minat Beli Di Toko ALDILLA. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1. No.1, 54-60.
- Mardatiilah, A., & Rosmayani, R. (2023). The effect of innovation on sustainable competitive advantage through local wisdom in Padang restaurants in Pekanbaru. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 506-516.

- Mardatila, A. (2012). Peranan Wanita dalam pengembangan usaha kecil rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(2), 207-214.
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 34.
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 34.
- Mardatillah, A., Raharja, S. U. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2019). Riau Malay food culture in Pekanbaru, Riau Indonesia: commodification, authenticity, and sustainability in a global business era. *Journal of Ethnic Foods*, 6, 1-10.
- Mardatillah, A., Rosmayani, R., & Ramadani, S. (2020). Sustainable competitive advantage of Riau Malay weaving industry based on local wisdom. *International Research Journal of Business Studies*, 13(3).
- Mardatillah¹, A., Raharja, S. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2020). Human Capital and Partnership to Achieve of Sustainable Competitive Advantage in Micro and Small Business. *Int. J Sup. Chain. Mgt* Vol, 9(5), 1415.
- Mardhatillah, A. (2020). Model of intention to behave in online product purchase for Muslim fashion in Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1419-1441.
- Mardhatillah, A. (2020). Model of intention to behave in online product purchase for Muslim fashion in Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1419-1441.
- Mardhatillah, A. (2020). Model of intention to behave in online product purchase for Muslim fashion in Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1419-1441.
- Mardiana , D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, Vol 6 No. 1 Maret 2022, 9-13.
- Mendo, A. Y., Niode, I. Y., & Kango, U. (2022). Pengantar Manajemen Dan Bisnis. Lombok Tengah: Yayasan Mahjah Diha.
- Muspita, E., Heriyanto, M., & Safitri, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pada Azwa Parfume Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4. No. 1, 64-76.
- Nurhalisa. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Azwa Parfume Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 6. Edisi II, 1-15.

- Nurman, N., Kumalasari, E., Erlina, E., & Yuli, A. R. (2024). Dynamics The Zonation Policy System For Upper Secondary Student Admissions In Kampar District Riau Province. *CosmoGov: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 10(1), 20-30.
- Nurman, N., Sujianto, S., Saputra, T., & Prayuda, R. (2020). Participatory Village Development Planning Model. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 324-336.
- Agustin, H., Rosyadi, M. I., & Firdaus Abd Rahman, A. (2021). Islamic Financial Theory in Overcoming Economic Crisis Due to COVID-19 Pandemic. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(5).
- Nurman, Yusriadi, Y., & Hamim, S. (2022). Development of pluralism education in Indonesia. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(3), 106-120.
- Nurman, Yusriadi, Y., & Hamim, S. (2022). Development of pluralism education in Indonesia. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(3), 106-120.
- Pakpahan, O. P., Moreira, L., Camelo, A., Karya, D., Martins, A. C., Gaspar, P. D., & Santo, C. E. (2023). Evaluation of comparative scenarios from different sites of chestnut production using life cycle assessment (LCA): Case study in the Beira Interior region of Portugal. *Heliyon*, 9(1).
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astuti, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Toserba Borobudur Kediri. *Jurnal Ekonomi*, Vol 1, No 2, 259-270.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Prayuda, R., Syafrinaldi, S., Akbar, D., Nurman, N., & Sary, D. V. (2022). Development of Penyengat Island Area as an International Tourism Area Based on Heritage Tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(4), 1367-1371.
- Prihatin, P. S., & Rinaldi, K. (2013). The Policy Implementation in Development Water Front City in District Senapelan Pekanbaru. *Jurnal Studi Pemerintahan*.
- Putr, S. H., & Zulhelmy, P. D. (2021). A Glance of Sea Tribes People in Batam, RiauArchipelago, Indonesia Multidisciplinary Perspective. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(14), 4225-4230.
- Putra, E. W., Kumandji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38 No. 2, 184-193.
- Rachmawati, E. N. (2017). Akad jual beli dalam perspektif fikih dan praktiknya di pasar modal

- Indonesia. *Al-'Adalah*, 12(2), 785-806.
- Rachmawati, E. N. (2017). Akad Penerbitan Sukuk di Pasar Modal Indonesia dalam Perspektif Fikih. *Al-'Adalah*, 14(1), 225-262.
- Rachmawati, E. N., & Ab Muminbin Ab Ghani, A. J. (2015). Beli dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia. *Al-'Adalah*, 12(4).
- Rachmawati, E. N., & Purwanti, S. V. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, debt to equity ratio (DER), rating bond dan maturitas terhadap yield obligasi pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 186-199.
- Rachmawati, E. N., & Saputra, R. (2019). The Influence of Institutional Ownership and Profitability to The Value of Property Company and Real Estate in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 24-36.
- Rachmawati, E. N., Azmansyah, A., & Utami, T. T. (2019). Analisis Zakat Produktif Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Mustahik Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1-14.
- Rachmawati, E. N., Azmansyah, A., & Utami, T. T. (2019). Analisis Zakat Produktif Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Mustahik Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1-14.
- Rahman, F. A., & Khairunnisa, H. A. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: The Influence of Non-Financial Factors in Indonesian Energy and Pulp & Paper Industries.
- Rauf, R., Nurman, N., Sharifah Zarina, S. Z., & Muhammad Rizal Razman, M. R. R. (2017). Strategic issues on primary students' knowledge towards sustainability of human habitat and environment.
- Riauan, M. A. I. (2020). Analisis Framing" Aksi Bela Islam" Sebagai Dakwah Islam di Riau Pos"(A Framing Analysis Of "Islam Defense Action" As Islamic Dakwah On Riau Pos Newspaper). *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1).
- Riauan, M. A. I. (2020). Analisis Framing" Aksi Bela Islam" Sebagai Dakwah Islam di Riau Pos"(A Framing Analysis Of "Islam Defense Action" As Islamic Dakwah On Riau Pos Newspaper). *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1).
- Rinaldi, K. (2019). The emergence of crime areas in Pekanbaru city in the view of anomie theory. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(3).
- Rinaldi, K. (2023). The Legal Consequences for Victims in Illegal Online Agreements. *Jurnal Akta*, 10(2), 163-172.
- Rinaldi, K. (2024). Prison efforts to protect escaped prisoners (study at prison

- class II B Kuantan Singingi, Riau Province). JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 10(2), 600-607.
- Rinaldi, K., & Ardianto, J. (2022). The Effect Of Thief Labeling On Youths. *International Journal Of Social Science*, 1(6), 869-872.
- Rosmayani, R. (2019). Employee Performance Factors in Service Quality at Regent's/City's Investment and One Stop Integrated Services (DPMPTSP) in Riau Province. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*.
- Rosmayani, R. (2020). Perspektif Bisnis: Kajian Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 43-50.
- Rusby, Z., Hamzah, Z., Karya, D., & Abdul Kadir, E. (2016). Application of Mudharabah Financing toward Small and Medium Entrepreneur in Bank Muamalat Pekanbaru Branch Indonesia. *International Business Management*, 10(6), 778-783.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Silalahi, U. (1992). *Studi Tentang Ilmu Administrasi*. Bandung: CV. Sinar Baru.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Syofia, N., Yogia, M. A., Prayuda, R., Prihatin, P. S., Rosmayani, R., & Ismardi, I. (2022). Analysis of transformational leadership style of junior high school principals of 30 Pekanbaru cities. *International Journal of Health Sciences*, (IV), 589-598.
- Syofia, N., Yogia, M. A., Prayuda, R., Prihatin, P. S., Rosmayani, R., & Ismardi, I. (2022). Analysis of transformational leadership style of junior high school principals of 30 Pekanbaru cities. *International Journal of Health Sciences*, (IV), 589-598.
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Administrai Bisnis*, 2. No. 2, 276-289.
- Wahyudi, S., Sukresna, I. M., & Simatupang, R. A. (2022). Unlocking potential social value creation to improve digital startup performance: The role of government institutional support and social entrepreneurship. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 30(1).
- Wahyudi, S., Sukresna, I. M., & Simatupang, R. A. (2022). Unlocking Potential Social Value Creation to Improve Digital Startup Performance: The Role of Government Institutional Support and Social Entrepreneurship.

- Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration, 30(1).
- Wahyudi, S., Yogia, M. A., & Amrillah, M. F. (2023). Unlocking user-driven innovation and sustainable competitive advantage through partnership: An open innovation perspective. Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration, 31(1).
- Widyanti, R. (2019). Perilaku Organisasi. Banjarmasin: Uniska MAB.
- Yoga, P. S., & Pratiwi, K. A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Price Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia. Jurnal Manajemen, 2. No. 2, 585-592.
- Yogia, M. A., & Suri, D. M. (2020). Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Usaha Ekonomi Kelurahan. Sosio Konsepsia, 9(03), 247-256.
- Yogia, M. A., Wedayanti, M. D., & Nurmandi, A. (2019). Regional Development Management through CSR in Pelalawan District, Riau Province. INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, CREATIVITY AND CHANGE (IJICC), 10(3), 239-255.
- Yunisman, Y., Salioso, H., Febrianto, S., Prayuda, R., & Mardatillah, A. (2022). Analysis of quality of animal health services by veterinary medical and veterinary paramedic services in food security and agricultural agency of Rokan Hilir Regency. International Journal of Health Sciences, 14(3), 1030-1046.
- Yusuf, Y. H., Maulida, Z., & Munawar, A. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli E-Tiket Kapal Cepat Di Pelabuhan Ulee Lheue Kota Banda Aceh. Jurnal Administrasi Bisnis, 9. Issue 2, 11-19.