

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk kosmetik merupakan hal yang sangat penting khususnya bagi para kaum wanita sehingga secara tidak langsung penggunaan kosmetik pada wanita sangatlah sering dilakukan baik mulai dari pagi hari sampai dengan malam hari. Sehingga membuat perkembangan mengenai produk kosmetik lama kelamaan semakin berkembang. Dengan semakin berkembangnya produk kosmetik maka mengakibatkan banyak bermunculan produk kosmetik dari berbagai macam merek, yang mana hasil produknya dapat dengan mudah di temukan oleh masyarakat baik di toko-toko yang di jual secara offline maupun yang di jual secara online. Hal ini mendorong suatu perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran untuk menarik pembeli agar produk yang di jual dapat di sukai oleh masyarakat. Salah satunya pada produk kecantikan yang menjadi kebutuhan dasar khususnya bagi wanita di mana kecantikan dinilai sebagai identitas diri yang diperlihatkan kepada lingkungan sekitar. Berikut produk kosmetik yang dihasilkan oleh berbagai merek yang berasal dari Indonesia.²

² Elisa Desy Rinda Putri, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*”, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018), hlm 2-5

Tabel 1.1
Daftar Produk Kosmetik

No.	Nama Kosmetik	No.	Nama Kosmetik
1.	Wardah	6.	Purbasari
2.	Maybelline	7.	L'oreal
3.	Emina	8.	Sariayu
4.	Pixy	9.	Make Over
5.	Viva Cosmetic	10.	Oriflame

Sumber: data diolah penulis pada 2021, dari www.nusaresearch.com

Dalam penelitiannya peneliti fokus meneliti mengenai produk kosmetik wardah yang mana produk ini cukup populer dan sudah banyak digunakan oleh para konsumen khususnya wanita. Produk wardah sendiri merupakan salah satu produk kosmetik yang sudah mendapatkan izin dari BPOM dan sekaligus mendapat label halal, sehingga dengan demikian para konsumen akan semakin tertarik untuk membelinya karena mereka merasa bahwa produk yang dihasilkan oleh wardah sudah aman dan sesuai dengan anjuran yang berlaku. Sehingga dengan demikian lama-kelamaan membuat produk wardah banyak diminati oleh para konsumen dan membuat produk wardah menjadi produk kesukaan mereka, hal ini dibuktikan dengan data presentase penjualan produk kosmetik wardah yang cukup diminati oleh para konsumen dibawah ini.

Gambar 1.1
Presentase Penjualan Top Brand Makeup



Sumber: www.nusaresearch.com

Dilihat dari Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada produk Wardah total penjualan sebesar 57,3%, Maybelline dengan total penjualan sebanyak 41,1%, Emina dengan total penjualan 30,1%, Pixy dengan total penjualan sebanyak 30,1%, Viva Cosmetic dengan total penjualan sebanyak 26,4%, Purbasari dengan total penjualan sebanyak 23,3%, L'oreal dengan total penjualan sebanyak 21,0%, Sariayu dengan total penjualan sebanyak 18,0%, Make Over dengan total penjualan sebanyak 17,3%, dan Oriflame dengan total penjualan sebanyak 16,6%. Sehingga berdasarkan gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa minat beli mengenai produk Wardah menempati posisi pertama produk kosmetik yang diminati oleh para konsumen. Dengan demikian maka minat beli konsumen mengenai produk kosmetik wardah cukup banyak dibandingkan dengan merek lain. Yang mana mana minat beli merupakan sebuah keinginan yang timbul dari seseorang konsumen terhadap suatu barang yang mereka lihat sehingga akan membuat mereka ingin untuk membeli atau memiliki barang tersebut dan akhirnya mereka melakukan pembelian barang yang mereka inginkan tersebut. tanpa mereka berfikir panjang apakah mereka membutuhkan barang tersebut atau tidak yang terpenting mereka bisa membeli apa yang mereka inginkan sehingga mereka bisa merasa puas setelah dapat memiliki barang apa yang mereka inginkan.³ Dengan demikian akan mengakibatkan jumlah konsumsi yang mereka lakukan akan semakin meningkat. Apalagi pada saat ini kegiatan konsumsi sudahlah mulai menjadi hal yang lumrah dan banyak di lakukan oleh semua orang, baik dari anak-anak sampai dengan orang dewasa, dan mulai dari kalangan masyarakat kelas menengah kebawah maupun masyarakat kalangan menengah keatas. Yang mana mereka selalu melakukan kegiatan mengkonsumsi suatu barang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari mereka.

Selain itu minat beli konsumen biasanya di pengaruhi oleh faktor tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga

³ Endhar Widjaya Putra, dkk, “*Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*”, (*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*). Vol. 38 No. 2 September 2016), hlm 184

yang diberikan oleh si penjual atau toko. Pendapatan sendiri adalah hasil yang berupa uang atau material yang diperoleh seseorang melalui penggunaan barang atau jasa manusia yang secara terbatas.⁴ Oleh karena itu semakin banyaknya jumlah pendapatan yang dimiliki oleh seseorang maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi atau tingkat pembelian atas suatu barang yang mereka lakukan sehingga membuat mereka selalu hidup foya-foya dan tanpa memikirkan keadaan yang akan datang kedepannya, hal ini sangatlah sering terjadi dalam siklus kehidupan masyarakat pada saat ini.

Selain dari tingkat pendapatan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang biasanya berdasarkan harga jual barang di tempat tersebut. yang mana harga sendiri adalah komposisi yang harus diperkirakan untuk memperoleh sejumlah barang dan jasa. Dalam menetapkan harga suatu produk produsen harus pandai-pandai memperhitungkan dahulu semua total biaya produksi yang telah mereka keluarkan untuk memproduksi produk tersebut hal ini akan memudahkan penjual untuk menentukan harga dan menghitung jumlah keuntungan yang mereka peroleh, selain itu juga akan menghasilkan harga barang itu pas dan sesuai tanpa takut harganya itu terlalu tinggi atau bahkan terlalu rendah yang nantinya juga akan mempengaruhi minat konsumen untuk mengkonsumsi produk yang telah dihasilkan.⁵

Selain itu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk, yang mana kualitas produk adalah suatu kepuasan pelanggan

⁴ Subandriyo, *Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Pendapatan Petani Kabupaten Jayapura*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm 53

⁵ Imam Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Bandung: PT Setia Purna Inves, 2007), hlm 72

pertama yang mengkonsumsi produk tersebut. Yang mana kualitas produk memiliki enam elemen penting antara lain, yang pertama yaitu *performance*, *reability*, *feature*, *consistency desain*.⁶ Dengan semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka para konsumen akan tertarik untuk membelinya. Karena mereka beranggapan bahwa apabila membeli produk dengan kualitas yang bagus maka akan meminimalisir risiko akan ketidakcocokan mengenai produk yang mereka beli.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen yang terakhir adalah pemberian potongan harga yang dilakukan oleh si penjual. Potongan harga sendiri memiliki arti memberikan pengurangan harga penjualan dari harga yang tertera pada suatu barang yang mereka jual yang bertujuan untuk menarik para konsumen atau para pembeli agar tertarik untuk membeli produk tersebut.⁷ Dimana semakin tinggi tingkat potongan harga yang di berikan oleh penjual maka akan semakin banyak pula jumlah konsumen yang tertarik untuk membeli barang di toko tersebut karena mereka sebenarnya tidak mengetahui bahwa sebelum diadakan diskon atau melakukan potongan harga atas produk yang dijual tersebut biasanya penjual akan menaikkan harga barang tersebut kemudian dilakukanlah pemotongan harga sehingga harga tampak menjadi murah dari biasanya.

Yang selanjutnya untuk menguatkan hasil penelitian penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut.

⁶ Tony Sitinjak dkk, *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm 7-8

⁷ Nina, “*30 Menit Kuasai Semua Rumus Matematika*”, (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2010) hlm 73

Andriani Musdalifah dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Di Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung* menyimpulkan bahwa dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan Harga tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.⁸ Farid Muzaki dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Pendapatan Dan Tingkat Harga Jual Produk Terhadap Daya Beli Masyarakat Muslim* menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pendapatan dan tingkat harga jual produk terhadap daya beli masyarakat.⁹ Selanjutnya Bella Nureza Novariana dengan judul penelitian *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik* menyimpulkan terdapat pengaruh antara pendapatan dan tingkat harga jual produk terhadap daya beli masyarakat.¹⁰

Disini peneliti melakukan penelitian di Pasar Ngunut Tulungagung karena Pasar Ngunut merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Kecamatan Ngunut dan terkenal sebagai pusat perdagangan di daerah Ngunut. Selain itu Pasar Ngunut ini terletak di Jl. Raya II Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Dan Pasar Ngunut berada dibawah naungan Disperindag Kab. Tulungagung dan dikelola oleh Bapak Arif Rahartono sebagai Kepala Pasar. Pasar Ngunut ini memiliki luas pasar 15.785 m² dengan

⁸ Andriani Musdalifah, *“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Di Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), hlm 117

⁹ Farid Muzaki, *“Pengaruh Pendapatan Dan Tingkat Harga Jual Produk Terhadap Daya Beli Masyarakat Muslim”*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018), hlm 112

¹⁰ Bella Nureza Novariana, *“Penelitian Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik”*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), hlm 112

jumlah Kios hanggar A sebanyak 120 dan untuk Kios hanggar B sebanyak 120, serta Kios atom sebanyak 217. Hari dan waktu operasional Pasar Ngunut Tulungagung adalah buka setiap hari mulai pagi sampai dengan sore. Sedangkan jenis barang yang dijual meliputi konveksi, sayuran, buah-biahab, bahan pokok, kosmetik dan masih banyak lagi. Untuk akses menuju Pasar Ngunut dapat dilalui oleh kendaraan roda empat, roda dua, hingga kendaraan roda delapan selain itu juga terdapat sarana transportasi umum, karena kondisi jalan meuju Pasar Ngunut dalam kondisi baik. Yang mana kontribusi bangunannya ada yang permanen dan semi permanen. Pasar Ngunut juga dilengkapi berbagai fasilitas seperti kantor pasar, mushola, toilet/wc, tempat parkir, dan sarana air bersih.¹¹ Dan peneliti memilih para kosumen Pasar Ngunut Tulungagung yang menjadi objeknya karena Pasar Ngunut merupakan pasar tradisional yang masih tetap populer meskipun sudah banyak pasar modern yang berdiri disekitarnya.

Dengan diketahuinya faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk kosmetik dari perusahaan wardah yang meliputi tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga terhadap minat beli konsumen produk kosmetik wardah maka di harapkan dapat mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumtif yang di lakukan para konsumen di Pasar Ngunut Tulungagung. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti sebuah kasus apakah ada

¹¹ <https://siskaperbapo.com/profilpasar/detail/29> diakses pada 15 Januari 2021 pukul 11.48 WIB

“Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, Dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung”.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada dasarnya mendeteksi, melacak, serta menjelaskan permasalahan yang akan muncul dan terkait dengan judul sebuah penelitian. Sehingga identifikasi masalah dapat diangkat menjadi sejumlah masalah yang saling berhubungan. Sehingga identifikasi masalah haruslah menggambarkan permasalahan yang ada dalam topik atau sebuah judul penelitian. Dengan demikian semua variabel-variabel dalam penelitian harus tergambar dengan jelas dalam sebuah identifikasi masalah.¹² Berdasarkan latar belakang diatas dapat di identifikasi masalah sebagai berikut ini:

1. Pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.
2. Pengaruh harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.
4. Pengaruh pemberian potongan harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

¹² Kasdin Sihotang, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), hlm 5

5. Pengaruh tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga secara simultan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Pokok-pokok permasalahan pada penelitian ini adalah “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, Dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung”.

Sehingga pokok masalah tersebut dapat dijabarkan dalam bentuk Perumusan Masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh pemberian potongan harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung?
5. Apakah tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Penulisan ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar minat beli offline konsumen di Pasar Ngunut Tulungagung mengenai suatu produk kosmetik yang dijual, khususnya produk kosmetik wardah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung
4. Untuk mengetahui pengaruh pemberian potongan harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung
5. Untuk mengetahui tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini penulis mengharapkan bahwa hasil penelitian ini bermanfaat untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca dan menambah wawasan serta mengembangkan ilmu mengenai bidang ekonomi tentang bagaimana Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Praktisi

Diharapkan dapat memberikan manfaat serta pengetahuan bagi para penjual sebagai penjual produk sehingga bisa mengetahui seberapa pengaruh hal tersebut terhadap minat beli para konsumen. Dengan semakin mengetahui diharapkan akan memperoleh penghasilan sesuai dengan yang diharapkan

b. Bagi Akademik

Sebagai sumbangsih perbendaan untuk pihak kampus khususnya mengenai Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini nantinya dapat digunakan oleh peneliti lain untuk mengkaji lebih dalam atau pun dapat di jadikan sebagai perbandingan mengenai permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Dan penelitian ini merupakan bahan informasi tentang bagaimana persepsi pengaruh Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dan batasan penelitian dapat memberikan arahan sehingga dapat terhindar dari pengumpulan data yang tidak perlu sehingga dalam melakukan sebuah penelitian dapat dengan fokus tanpa menyeleweng dari topik penelitian yang dilakukan.¹³ Sehingga dengan demikian peneliti mengambil ruangan lingkup penelitian meliputi tempat di Pasar Ngunut Tulungagung dan sekitar pasar, dan objeknya meliputi konsumen dari Pasar Ngunut Tulungagung khususnya kaum perempuan, dan waktu pengambilan data dari setiap objek dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen yang selanjutnya akan mereka isi dengan sesuai keadaan mereka. Dengan demikian diharapkan data yang terkumpul

¹³ Solimun, Armanu, Adji Achmad Rinaldo Fernandes, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*", (Malang: UB Press, 2018), hlm 27

nantinya akan sesuai dengan apa yang peneliti harapkan dan sesuai dengan tema atau judul dari penelitian ini.

Berdasarkan identifikasi masalah dan ruang lingkup penelitian, identifikasi masalah penelitian peneliti membatasi masalah agar tidak meluas pokok permasalahan yang ditetapkan. Maka akan diberikan pembatasan tentang Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, Dan Pemberian Potongan Harga Terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik Wardah di Pasar Ngunut Tulungagung, baik secara parsial maupun simultan.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami maupun mengartikan istilah-istilah yang digunakan penulis dalam judul penelitiannya, maka penulis memandang perlu adanya pengertian dari masing-masing variabel penelitian yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, Dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung”, sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

- a. Pendapatan merupakan nilai dari sejumlah uang yang akan diperoleh seseorang dari penjualan produk usaha baik berupa barang maupun

- jasa, serta juga dapat berbentuk bunga dari hasil meminjamkan uang kepada orang lain, hasil menyewakan sebuah aset.¹⁴
- b. Harga adalah sejumlah uang yang ada pada suatu produk baik berupa jasa maupun barang atau sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen ketika ingin mendapatkan manfaat dari suatu produk maupun jasa.¹⁵
 - c. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri maupun sifat terhadap suatu produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap kemampuan untuk memuaskan kebutuhan seorang konsumen yang nantinya akan dinyatakan langsung maupun tidak langsung.¹⁶
 - d. Potongan harga menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) potongan harga sama dengan diskon adalah pengurangan dari suatu harga dari pada harga biasanya.¹⁷
 - e. Minat beli adalah keinginan untuk memiliki sebuah produk yang mana minat beli timbul apabila seorang konsumen sudah terpengaruh oleh mutu dan kualitas dari produk yang mereka lihat.¹⁸

¹⁴ Rusman Hakim, *Break Through: Bisnis Itu Permainan, Bukan Ilmu*, (Jakarta: PT Elex Media Komputido, 2010), hlm 255

¹⁵ Firman Gazali Djunaidi, SE., M.Si, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih Pada Ketel Waralaba Di Desa Ubung*, (Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), hlm 27

¹⁶ Moh. Ririn Rosyidi dan Nailul Izzah, *Monogrof Pengendalian Kulit Ikan Bandeng Dengan Metode Seven Tools*, (Yogyakarta: CV. Bintang Surya Madani, 2020), hlm 5

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Arti Potongan harga, <https://kbbi.id/korting.html>, di akses pada 1 November 2020 pukul 22.40 WIB.

¹⁸ Sulasno dkk, *Local Wisdom of Sugar Palm Farmers in Cijaku Subdistrict (Between Traditional and Economic Demands)*, Literatus journal: Volume 2 No. 1, Hlm 43

2. Definisi Operasional

Dari definisi konseptual diatas dapat disimpulkan bahwa secara operasional penelitian yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk Dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung”. merupakan sebuah penelitian yang menguji pengaruh tingkat pendapatan, harga, kualitas produk dan pemberian potongan harga terhadap minat beli offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Adapun yang menjadi indikatornya sebagai berikut :

- a. Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima seseorang sebagai balas jasa mereka keluarkan.
- b. Harga merupakan sejumlah uang yang harus mereka keluarkan untuk membeli atau memiliki barang yang mereka inginkan.
- c. Kualitas produk merupakan suatu nilai produk terhadap manfaat yang akan didapatkan setelah menggunakan produk tersebut.
- d. Pemberian potongan harga merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual atas barang yang mereka jual.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi dengan judul “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung”, akan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini memaparkan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, dan penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini memaparkan teori yang akan digunakan sebagai penulisan skripsi yang terdiri dari kajian teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini memaparkan metode penelitian data yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitin, sumber data, variabel dn skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen pebelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASILTEMUAN

Bagian ini mendiskripsikan lokasi penelitian, data penelitian serta variabel-variabelnya, dan juga melakukan analisis data dari hasil penelitian, menemukan suatu temuan serta menguji hipotesisnya. Dalam deskripsi dari data masing-masing variabel yang hasil penelitian yang setelah diolah menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial dengan menggunakan sistem SPSS. Sedangkan temuan penelitian yang sudah disajikan dalam bentuk angka-angka statistik, tabel ataupun grafik.

BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjelaskan jawaban masalah penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bagian akhir dalam penulisan skripsi ini memaparkan kesimpulan yang diperoleh melalui hasil penelitian yang telah dilakukan, dan berisi saran untuk melanjutkan atau mengembangkan kembali penelitian yang dilakukan.