

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan sudah diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS menggunakan uji t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan diolah menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  tingkat pendapatan (X1) sebesar  $1,380 > 0,00025$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai Sig.  $0,171 < 0,05$  (Sig  $< 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Pada koefisien regresi nilai beta variabel tingkat pendapatan bernilai positif. Berarti variabel tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika tingkat pendapatan para konsumen bertambah atau semakin banyak maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk kosmetik wardah atau dapat dikatakan dengan semakin banyak jumlah pendapatan yang dimiliki oleh seseorang maka tingkat pembelian yang dilakukannya akan semakin meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika tingkat pendapatan para konsumen berkurang atau semakin sedikit maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk mengurangi jumlah pembelian produk kosmetik wardah atau dapat

dikatakan dengan semakin sedikit jumlah pendapatan yang dimiliki oleh seseorang maka tingkat pembelian yang dilakukannya akan semakin menurun.

Sehingga hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hakam Hafaris dalam penelitiannya yang berjudul “*Analisis Pengaruh Harga, Prndapatan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Halal (Studi Pada Wilayah Kota Malang)*” mengasilkan hasil penelitian yang berupa pendapatan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen hal ini dikarnakan tingkat pendapatan yang berbeda-beda semakin tinggi pendapatan yang diterima maka semakin mudah bagi seorang konsumen untuk memutuskan membeli produk kosmetik halal.<sup>67</sup>

Pendapatan sendiri 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.<sup>68</sup> Sehingga dengan melakukan aktivitas tersebut diperolehlah sejumlah uang yang sering kita sebut sebagai pendapatan yang kita peroleh yang mana jumlah pendapatan yang kita peroleh sesuai dengan jenis pekerjaan yang kita peroleh semakin baik pekerjaan atau semakin tinggi jabatan yang diperoleh seseorang jika seseorang bekerja dikantor maka akan semain tinggi pula pendapatan yang akan diterimanya, begitu pula sebaliknya jika jenis pekerjaan semakin rendah atau jabatan yang rendah maka jumlah pendapatan yang diterima semakin sedikit pula. Atau dengan menyewakan aset kepada orang lain yang mana aset akan bernilai

---

<sup>67</sup> Hakim Hafaris, “Pengaruh Tingkat Pendapatan...”, hlm 9

<sup>68</sup> Rusman Hakim, *Break Through: Bisnis ...*, hlm 255

ekonomis tinggi jika aset tersebut memiliki kualitas yang baik dan disertai dengan fasilitas-fasilitas yang memadai maka para penyewa akan menyukainya dan mau menyewa dengan harga yang mahal sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Begitu pula sebaliknya jika aset yang ditawarkan tidak terlalu bagus dan fasilitas yang ditawarkan tidak memadai maka nilai ekonomisnya akan semakin berkurang dan para penyewa akan enggan untuk menyewa dengan harga yang mahal.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sejalan dengan teori dan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan adanya pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Serta diikuti berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden yang bersedia memberikan informasi dan memberikan jawaban yang hampir sama. Dimana menurut mereka tingkat pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli offline konsumen terhadap produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

#### **B. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan sudah diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS menggunakan uji t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung dengan jumlah responden sebanyak 100

orang dan dioalah menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  harga (X2) sebesar  $-0,644 < 0,00025$  ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) dan nilai Sig.  $0,521 > 0,05$  (Sig  $> 0,05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Pada koefisien regresi nilai beta variabel harga bernilai negatif. Berarti variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika harganya mau dinaikin dan durunin tidak akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk kosmetik wardah. Karena para konsumen sudah mulai mengerti dengan istilah harga membawa rupa barang, yang mana harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas barang yang diberikan. Sehingga para konsumen beranggapan bahwa harga barang yang mahal pasti diikuti dengan berbagai manfaat dan kulaitas yang baik sehingga hal ini akan mengakibatkan para konsumen akan tetap membeli produk yang ditawarkan meskipun dengan harga yang mahal apalagi dengan diimbangi dengan jumlah uang yang mereka miliki cukup untuk membeli apa yang mereka inginkan sehingga mereka tidak akan berfikir dua kali untuk membelinya meskipun harganya mahal.

Sehingga hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umbu Saga Ana Kaka Mahemba dalam penelitiannya yang berjudul "*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Keputusan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*" yang mengatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen.<sup>69</sup> Karena hal ini disebabkan oleh para konsumen yang memiliki

---

<sup>69</sup> Umbu Saga Ana Kaka Mahemba, "*Pengaruh Harga...*", hlm 101

daya beli lebih baik dari pada sebelum-sebelumnya, karena jumlah uang yang mereka punya dapat membeli yang mereka mau beli. Sehingga dengan demikian mereka akan tetap membeli apa yang mereka inginkan meskipun dengan harga yang mahal. Hal ini disebabkan karena para konsumen tidak khawatir uangnya akan habis jika dibelikan barang yang mereka inginkan, dengan demikian maka para konsumen akan membeli semua yang mereka inginkan tanpa memperhitungkan apakah barang tersebut nantinya akan berguna atau tidak. Apalagi untuk para wanita yang mempunyai uang lebih mereka akan selalu membeli kosmetik apa saja yang mereka inginkan tanpa menghiraukan harganya dan apakah jenis kosmetik yang mereka beli sudah mereka miliki.

Harga adalah suatu nilai uang dari suatu barang atau segala sesuatu yang dapat di nilai dengan uang, dan dalam proses menilai berapa nilai dari barang tersebut melalui proses penilaian dengan menggunakan dasar standar tertentu sehingga dalam memberikan nilai uang barang akan sesuai dengan keadaan barang tersebut. Berdasarkan teori keseimbangan di pasar barang, maka harga merupakan keseimbangan antara permintaan dan penawaran atas barang itu sendiri, dan keseimbangan ini terjadi apabila tingkat permintaan dan penawaran barang yang sama pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian untuk menentukan harga atas dasar penilaian manfaat yang diperoleh dari suatu barang tidak dapat dijadikan sebagai patokan umum dalam menentukan harga suatu barang yang dihasilkan dari proses produksi.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Prof. Dr. H. Effendie, SE, *Keuangan ...*, hlm 110

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sejalan dengan teori dan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan harga tidak berpegaruh negatif atau berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Serta diikuti berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden yang bersedia memberikan informasi dan memberikan jawaban yang hampir sama. Dimana menurut mereka harga berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli offline konsumen terhadap produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

### **C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan sudah diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS menggunakan uji t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh kualitas produk terhadap minat beli offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan diolah menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk (X3) sebesar  $1,316 > 0,00025$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai Sig.  $0,191 < 0,05$  (Sig < 0,05), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Pada koefisien regresi nilai beta variabel kualitas produk bernilai positif. Berarti variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika semakin bagus kualitas yang ditawarkan oleh suatu

produk maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk khususnya dalam penelitian ini produk kosmetik wardah. Yang mana para konsumen akan membeli produk tersebut apabila disertai dengan kualitas produk yang semakin baik lagi dan akan tetap membeli dan menggunakan produk tersebut meskipun diberi pilihan produk lain yang belum mereka beli dan dikatakan memiliki kualitas yang sama, maka mereka akan tetap memilih produk yang mereka anggap memiliki kualitas lebih baik itu dari pada produk yang ditawarkan tersebut meskipun harganya lebih mahal. Begitupun sebaliknya jika kualitas produk suatu barang kurang baik mereka tidak akan mau membeli produk tersebut meskipun harganya sudah dibuat lebih murah diandingkan dengan yang lain.

Sehingga hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elisa Desi Rindra Putri dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*” menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk wardah *cosmetik*, dan Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen wardah *cosmetic*.<sup>71</sup> Semakin bagus kualitas yang diberikan oleh produk yang dijual maka semakin besar pula minat beli konsumen untuk membeli produk tersebut. begitupun sebaliknya jika kualitas yang diberikan semakin kecil atau menurun maka minat beli konsumen untuk membeli produk tersebut akan semakin menurun.

---

<sup>71</sup> Elisa Desi Rindra Putri, “*Pengaruh Kualitas Produk ...*, hlm 101

Kualitas merupakan sebuah konsep yang di buat oleh manusia untuk menyatakan tingkat keunggulan suatu prosuk yang mereka produksi atau kesesuaian produk untuk sebuah tujuan tertentu. Pada umumnya kualitas suatu produk tidak hanya ditentukan oleh faktor tunggal saja, melainkan terdiri dari kombinasi berbagai faktor, beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk. Faktor yang mempengaruhi kualitas produk antara lain *desain*, *performance*, dan *conformance*. Kualitas suatu produk selalu identik dengan mutu produk, menurut *American Society For Quality Control* kualitas adalah ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk yang di hasilkan guna untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan. Berdasarkan pengertian tersebut dapat di ambil disimpulkan bahwa kualitas produk adalah sebuah mutu yang dimiliki oleh produk tersebut yang nantinya akan memberikan sebuah tingkat kepuasan tertentu kepada konsumen baik yang sifatnya pasti atau bersifat persepsi dari pengguna.<sup>72</sup> Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas yang ditawarkan maka produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan aman untuk digunakan maupun dikonsumsi oleh konsumen. Begitupun sebaliknya jika kualitasnya semakin menurun maka barang tersebut kurang layak jika digunakan dan dikonsumsi oleh kosumen.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sejalan dengan teori dan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

---

<sup>72</sup> Cut Mutiawati, dkk, *Kinerja Pelayanan ...*, hlm 7

Serta diikuti berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden yang bersedia memberikan informasi dan memberikan jawaban yang hampir sama. Dimana menurut mereka kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli offline konsumen terhadap produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

#### **D. Pengaruh Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan sudah diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS menggunakan uji t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh pemberian potongan harga terhadap minat beli offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan diuji menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pemberian potongan harga (X4) sebesar  $4,119 > 0,00025$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  (Sig  $< 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Pada koefisien regresi nilai beta variabel pemberian potongan harga bernilai positif. Berarti variabel pemberian potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika semakin besar potongan harga yang diberikan oleh para pedagang maka akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk kosmetik wardah. Karena para konsumen akan lebih tertarik membeli barang dengan harga diskon, meskipun disini yang mengadakan diskon adalah toko yang biasa menjual produk dengan

harga diatas rata-rata. Sehingga dengan adanya diskon tersebut akan membuat harga suatu produk akan lebih murah dibandingkan dengan harga biasa yang mereka jual. Dengan demikian maka minat para konsumen untuk memberi produk tersebut akan semakin meningkat dan mereka akan bersemangat dan berbondong-bondong pergi ke toko tersebut untuk membeli barang yang mereka inginkan, meskipun mereka sudah memiliki barang yang mereka akan beli tetapi para konsumen tidak akan memperhatikan hal tersebut. yang mereka pikirkan hanya membeli dan terus membeli tanpa mempertimbangkannya lagi.

Sehingga hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yusni Hervi Yusuf dkk dalam penelitiannya dengan judul “*Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli E-Tiket Kapal Cepat Di Pelabuhan Ulee, Kota Banda Aceh*” menyimpulkan bahwa potongan harga (diskon) yang ditawarkan kepada konsumen seperti diskon kuantitas, diskon musiman, tunai, dan diskon perdagangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Pelabuhan Ulee.<sup>73</sup> Yang mana semakin besar potongan harga yang diberikan oleh penjual maka akan semakin besar pula dalam mempengaruhi minat beli seorang konsumen mengenai suatu barang. Karena para konsumen selalu tertarik untuk membeli dan selalu memburu barang-barang diskon, dan dapat dilihat bahwa setiap toko yang mengadakan potongan harga maka toko tersebut akan selalu ramai pengunjung. Begitu pula sebaliknya jika jumlah potongan harga yang ditawarkan sedikit maka konsumen akan kurang tertarik

---

<sup>73</sup> Yusni Hervi Yusuf, dkk, “*Pengaruh Potongan Harga...*, hlm 118

untuk membelinya, karena jumlahnya terlalu kecil sehingga mereka enggan untuk membeli barang tersebut.

Potongan harga adalah memberikan pengurangan harga yang dilakukan penjual sehingga konsumen tertarik untuk membeli produknya dan bahkan bisa digunakan agar pembeli tidak mengembalikan barang yang telah mereka beli karena barangnya tidak memenuhi/tidak sesuai dengan harapan mereka. Selain itu potongan harga juga dapat diartikan sebagai pemberian potongan harga yang dilakukan oleh penjual yang bertujuan untuk mendorong tingkat penjualan, yang mana jika penjual berani menjual produk dengan harga di bawah harga biasa mereka jual maka akan membuat para konsumen berbondong-bondong untuk membeli produk tersebut karena produk tersebut dijual dengan harga yang lebih murah di bandingkan dengan hari-hari biasanya dengan demikian akan membuat tingkat penjualan dari toko tersebut akan semakin meningkat.<sup>74</sup> Atau dapat disimpulkan bahwa semakin besar potongan harga yang ditawarkan maka semakin besar pula minat beli konsumen untuk membeli produk tersebut. dan sebaliknya semakin kecil potongan harga yang ditawarkan maka semakin kecil pula pengaruhnya terhadap minat beli konsumen mengenai suatu produk.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sejalan dengan teori dan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan adanya pengaruh pemberian potongan harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Serta diikuti berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan peneliti kepada

---

<sup>74</sup> Leny Sulistiyowati, *Panduan Praktis ...*, hlm 103

responden yang bersedia memberikan informasi dan memberikan jawaban yang hampir sama. Dimana menurut mereka pemberian potongan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

**E. Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, Dan Pemberian Potongan Harga Secara Simultan Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan sudah diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS menggunakan uji f untuk mengetahui seberapa jauh secara simultan atau keseluruhan pengaruh tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga terhadap minat beli offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Berdasarkan hasil uji F diperbolehkan signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$   $H_0$  ditolak berarti  $H_1$  diterima, karena nilai Sig  $< 0,05$ . Nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $5,404 > 3,09$  maka  $H_0$  ditolak berarti  $H_1$  diterima, karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis teruji yaitu secara simultan variabel tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Dengan demikian berarti bahwa secara keseluruhan atau bersama-sama tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

Sehingga hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muchsin Zuhad Al'asqolaini dan Ahmad Junaidi Musthofa dalam penelitiannya yang berjudul "*Kualitas Produk dan Harga Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen Pada Rebana NS Di Kabupaten Gresik*" menyimpulkan bahwa secara bersama - sama atau simultan kedua variabel bebas yakni Kualitas Produk (X1) dan harga (X2) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yakni minat beli konsumen (Y).<sup>75</sup> Suhailah Alkatiri dkk dalam penelitiannya yang berjudul "*Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square*", menyimpulkan bahwa daya tarik iklan, dan potongan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen khususnya pada Matahari Departement Store Mantos, dan pengaruhnya positif.<sup>76</sup> Aji Satya Dana dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Beli Produk Jasa Hiburan Dan Rekreasi Di Provinsi Yogyakarta*" menyimpulkan bahwa Persepsi konsumen mengenai harga, kualitas layanan, dan tingkat pendapatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli produk jasa hiburan di provinsi Yogyakarta.<sup>77</sup> Sehingga berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan

---

<sup>75</sup> Muchsin Zuhad Al'asqolaini dan Ahmad Junaidi Musthofa, "*Kualitas Produk ...*", hlm 250-251

<sup>76</sup> Suhailah Alkatiri dkk, "*Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap...*", hlm 1791

<sup>77</sup> Aji Satya Dana, "*Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen...*", hlm 107-108

pemberian potongan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Yang mana tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga apabila mengalami kenaikan akan semakin menarik minat beli konsumen. Begitu pula sebaliknya apabila tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga mengalami penurunan akan semakin menurun pula minat beli konsumen

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.<sup>78</sup> 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.<sup>79</sup> 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.<sup>80</sup> Sedangkan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) potongan harga sama dengan diskon adalah pengurangan dari suatu harga dari pada harga biasanya.<sup>81</sup>

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sejalan dengan teori dan beberapa penelitian terdahulu

---

<sup>78</sup> Rusman Hakim, *Break Through: Bisnis Itu Permainan...*, hlm 255

<sup>79</sup> Firman Gazali Djunaedi, SE., M.Si, *Analisis Faktor-Faktor Yang ...*, hlm 27

<sup>80</sup> Moh. Ririn Rosyidi dan Nailul Izzah, *Monograf Pengendalian Kualitas ...*, hlm 5

<sup>81</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, Arti Potongan harga, <https://kbbi.id/korting.html>, di akses pada 1 November 2020 pukul 22.40 WIB.

yang menyatakan secara bersama-sama atau simultan adanya pengaruh tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung. Serta diikuti berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden yang bersedia memberikan informasi dan memberikan jawaban yang hampir sama. Dimana menurut mereka tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli offline konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut Tulungagung.

Selain itu berdasarkan uji  $R^2$  atau uji Koefisien determinasi diketahui digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *independen* dalam mempengaruhi variabel *dependen*. Dan pada model *summary* besarnya nilai korelasi R sebesar 0,431 dan koefisien determinasi diperoleh  $R^2$  sebesar 0,185 Artinya secara serentak variabel tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga mempengaruhi minat beli sebesar 18,5% dan sisanya sebesar 81,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini berarti bahwa sebesar 18,5% di pengaruhi oleh tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga dan sisanya yang sebesar 81,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Karena sebenarnya yang mempengaruhi minat beli konsumen itu sangatlah banyak sehingga untuk membatasi pembahasan peneliti maka peneliti mengambil beberapa saja yang dijadikan variabel dalam penenilitiannya yaitu tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga.