

# The Influence Of Service Quality, Product Diversity And Price Discounts On Consumers' Interest To Buy Lova Collection In Bengkulu City

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Lova Collection Kota Bengkulu

Jesica Lestari <sup>1)</sup>; Sri Ekowati <sup>2)</sup>;

<sup>1)</sup> Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [jlestari536@gmail.com](mailto:jlestari536@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [sriekowati@umb.ac.id](mailto:sriekowati@umb.ac.id)

### How to Cite :

Lestari, J., Ekowati, S (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Lova Collection Kota Bengkulu. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 4(3). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v4i3>

### ARTICLE HISTORY

Received [07 Juni 2023]

Revised [30 Juni 2023]

Accepted [02 Juli 2023]

### KEYWORDS

Quality of Service,  
Product Diversity,  
Discounted Purchase  
Interest

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Lova Collection Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, obyek penelitian ini adalah konsumen Lova Collection Kota Bengkulu yang tepatnya berada di Jl. Letnan Suprpto, Kec. Ratu Samban, Kota Bengkulu, Bengkulu. Metode penarikan sampel menggunakan teknik non probability yaitu accidental sampling. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 160 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dengan menggunakan Uji Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis yaitu Uji t dan Uji f. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen, Keragaman produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen, Potongan Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen, dan Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Potongan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lova Collection Kota Bengkulu.

### ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product diversity and price discounts on buying interest of consumers at the Lova Collection in Bengkulu City. This type of research is a type of quantitative descriptive research, the object of this research is the consumers of the Lova Collection in Bengkulu City, which is located on Jl. Lieutenant Suprpto, Kec. Ratu Samban, Bengkulu City, Bengkulu. The sampling method uses a non probability technique, namely accidental sampling. The number of respondents in this study were 160 people. Methods of data collection using a questionnaire. Data analysis techniques using Multiple Linear Regression Analysis Test, and Hypothesis Test, namely t test and f test. The results of this study can be concluded that the variable Service quality has a positive effect on Consumer Purchase Interest, product diversity has a positive effect on Consumer Purchase Interest, Price Discounts have a positive effect on Consumer Purchase Interest, and Service Quality, Product Diversity and Price Discounts together have a significant effect on Consumer Buying Interest in the Lova Collection in Bengkulu City.

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyak munculnya bisnis pada bidang ini, baik itu bisnis ritel tradisional maupun modern. Dengan berkembangnya bisnis ritel di Indonesia menyebabkan meningkatnya persaingan diantara bisnis tersebut yang menuntut masing-masing individu untuk bersaing lebih kompetitif dibidang pemasarannya.

Dalam beberapa hal perkembangan bisnis ritel modern yang menjadi semakin pesat mengakibatkan penurunan potensi ritel tradisional. Menurut (Robby & Angery, 2021) Saat ini perilaku konsumen sudah berubah, yang tadinya berbelanja di retail tradisional kini lebih memilih ritel modern hal ini dikarenakan perkembangan zaman dan teknologi. Sehingga saat ini retail tradisional sedikit tergeser dan retail modern mulai berkembang. Dari sini dapat di simpulkan bahwa pertumbuhan ritel modern terus mengalami peningkatan, hal ini didukung oleh kebutuhan manusia yang semakin meningkat selain itu perilaku dari konsumen yang bermacam-macam dan selalu ingin terlihat mengikut trend juga ikut berperan dalam perkembangan ritel. Salah satu bisnis yang menjanjikan adalah bisnis dibidang retail seperti toko Lova Collection Kota Bengkulu yang menyediakan berbagai jenis produk kebutuhan masyarakat.

Lova Collection sendiri merupakan salah satu toko yang populer di tengah masyarakat Kota Bengkulu. Saat ini di Bengkulu sudah banyak toko retail yang berdiri di berbagai pusat keramaian, seperti Khatulistiwa, Dianca Goods, Lala Shope, dan Nadia Beauty Care. Hal tersebut membuat pelaku usaha harus bersaing untuk mendapatkan konsumen untuk membeli produk mereka. Selain bersaing untuk mendapatkan konsumen, pemilik usaha juga harus berusaha memberikan yang terbaik seperti menyediakan beragam produk, kualitas pelayanan dan juga pemberian diskon harga kepada konsumen agar menjadi lebih unggul dari para pesaingnya. Dengan memberikan fasilitas yang nyaman kepada konsumen seperti pemberian kualitas pelayanan, produk yang beragam dan juga potongan harga sehingga akan mampu menarik minat beli konsumen dengan sendirinya.

Kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diberikan oleh manajemen untuk memenuhi harapan pengunjung (Sri Suryoko, 2017). Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, suatu perusahaan harus terus berinovasi dalam menjalankan strategis bisnisnya. Menurut (Raharjo & Santosa, 2015), Kualitas Pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Senada dengan (Kayumalue et al., 2020) Kualitas Pelayanan adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Begitu juga dengan keragaman produk yang ditawarkan, semakin baik keanekaragaman produk yang ditawarkan maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan pada tanggal 24 Oktober 2022, hari senin pukul 10.00 dengan ibu Widya salah satu karyawan Lova Collection mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah baik, seperti sikap karyawan yang sangat ramah kepada konsumen dalam membantu konsumen memilih produk yang akan di belinya, begitu juga dengan keragaman produk yang disediakan oleh Lova Colecction sudah terbilang lengkap, adapula pemberian potongan harga yang selalu di tawarkan kepada konsumen sudah sangat baik dalam menarik minat beli konsumen terhadap setiap produk yang di tawarkan.

Namun dari penjelasan yang telah ibu widia paparkan diatas masih terdapat beberapa pendapat lain seperti salah satunya dari ibu lidia selaku konsumen Lova Collection yang mengatakan bahwa minat beli yang dimiliki konsumen masih sedikit terhadap produk yang ditawarkan, hal tersebut dikarenakan masih banyak konsumen yang belum yakin bahwa Lova Collection sudah menyediakan produk yang dibutuhkan. Begitu juga menurut konsumen lain yaitu

ibu mila mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen masih kurang baik, hal tersebut dibuktikan dengan masih adanya karyawan yang acuh kepada konsumen ketika bertanya dimana letak produk yang konsumen inginkan dan juga masih kurangnya fasilitas yang diberikan kepada konsumen.

Adapun menurut ibu sartika sebagai konsumen menjelaskan bahwa masih kurang lengkapnya produk yang ditawarkan oleh Lova Collection kepada konsumen seperti apa yang konsumen butuhkan. Ada juga konsumen yang berpendapat mengenai potongan harga yakni ibu ika menjelaskan bahwa potongan harga yang diberikan kepada konsumen masih kurang efisien karena Lova Collection hanya memberikan potongan harga dalam waktu yang singkat.

## LANDASAN TEORI

### Minat Beli

Minat beli (Willingness to buy) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternative yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Maghfiroh et al., 2017). Pengertian minat beli menurut (Tjahjonugroho & Masreviastuti, 2019) menyatakan bahwa minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut (Ekawanti, 2019) minat beli merupakan salah satu bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi dan kecenderungan seseorang untuk dapat bertindak sebelum keputusan membeli benar – benar dilakukan.

### Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi Dharmesta dan Handoko (2010). Keempat unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan berpengaruh satu sama lain, sehingga harus diupayakan untuk menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang mengarah pada layanan efektif dan kepuasan konsumen. Jadi didalam bauran pemasaran terdapat variabel-variabel yang saling mendukung satu dengan yang lainnya, yang kemudian oleh perusahaan digabungkan untuk memperoleh tanggapan-tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran.

### Kualitas Pelayanan

“Pelayanan (service) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu service operations yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (back office atau backstage) dan service delivery yang biasanya tampak (visible) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula front office atau frontstage)”.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen (Bariroh, 2007). Sedangkan Menurut (Kayumalue et al., 2020) Kualitas Pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

### Keragaman Produk

keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau di konsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Menurut (Damanik & Zuliany, 2022) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalan,

acara-acara orang, tempat, property, organisasi, dan gagasan.

Keragaman produk (product assortment) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual (Wibowo & Laksana, 2021)

### **Potongan Harga**

Dalam sebuah bisnis diperlukan strategi untuk menarik pelanggan agar melakukan pembelian, diantaranya seperti potongan harga yang diberikan perusahaan untuk menarik konsumen lebih banyak agar melakukan pembelian. (Perdana, 2020) mengatakan bahwa "Perusahaan akan menyesuaikan daftar harganya dan memberikan harga diskon, potongan harga (discounts and allowances) untuk pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian diluar musim".

Sedangkan menurut (Agus Supandi Soegoto dan Rizky Y Emor, 2015) "Price diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual".

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli**

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat beli ulang meskipun tidak bertemu langsung dengan penjual dan tidak dapat melihat barang secara langsung. Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen akan berpengaruh terhadap kesediaan konsumen untuk membeli sebuah produk. Artinya bahwa semakin tinggi nilai dari kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen maka akan semakin tinggi pula kesediaan konsumen untuk membeli secara berulang.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Analisis**

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, karena dalam penelitian ini mendeskripsikan keadaan yang terjadi pada saat sekarang secara sistematis dan faktual dengan tujuan untuk memaparkan serta penyelesaian dari masalah yang diteliti. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015), "penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yaitu sebuah metode penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau gejala sosial secara kuantitatif atau menjelaskan bagaimana fenomena atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu sama lain". Metode deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan dalam menyelesaikan suatu penelitian ilmiah dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti yaitu tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Lova Collection Kota Bengkulu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi terlebih dahulu dalam analisis regresi linier. Metode dalam penelitian ini harus bebas dari asumsi klasik, yaitu: Normalitas, Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas.

#### **Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1), Keragaman Produk (X2) dan Potongan Harga (X3) terhadap

Minat Beli Konsumen (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS versi 24 for Windows. Adapun rekapitulasi hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1 Nilai Koefisien Determinasi Hasil Penelitian**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,624 <sup>a</sup>	0,389	0,378	1,886
a. Predictors: (Constant), Potongan Harga (X3), Keragaman Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				
b. Dependent Variable: Minat Beli (Y)				

Sumber: Output SPSS 24 yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R square yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen 0,378. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 37,8% Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu dipengaruhi oleh variasi ketiga variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Keragaman Produk (X2) dan Potongan Harga (X3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y), sedangkan sisanya (100% - 37,8% = 62,2%) dujelaskan oleh variabel - variabel diluar variabel penelitian ini.

**Hipotesis**

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (Kualitas Pelayanan (X1), Keragaman Produk (X2) dan Potongan Harga (X3)) terhadap variabel dependen (Minat Beli Konsumen (Y)) baik secara parsial maupun simultan.

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada konsumen Lova Collection Kota Bengkulu melalui penyebaran kuesioner kepada 160 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu.

Dilihat dari jenis kelamin konsumen Lova Collection Kota Bengkulu dengan jumlah laki-laki sebanyak 63 orang dan jumlah perempuan sebanyak 97 orang dengan umur 16-26 tahun, karena untuk memenuhi kebutuhan dan untuk memenuhi hasrat bagi mereka yang gemar berbelanja dan mampu membuat mereka puas akan pemenuhan kebutuhan yang konsumen inginkan.

Dari hasil tanggapan responden mengenai variabel Minat Beli Konsumen adalah pada kategori cukup baik. Hal Ini disebabkan karena konsumen Lova Collection merasakan kepuasan tersendiri melalui promosi yang diberikan, kualitas bahan yang baik dan juga beranekaragamn produk yang mendorong konsumen untuk mencari informasi lebih banyak lagi terhadap promosi yang ditawarkan sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada sebuah produk dalam waktu dekat, dan juga konsumen lebih memilih melakukan pembelian di Lova Collection dari pada di tempat lain. Dengan adanya pelayanan yang baik, penyediaan produk yang beragam dan juga pemberian potongan harga dari suatu produk yang baik juga akan mampu membuat Lova Collection Kota Bengkulu semakin berkembang seperti apa yang telah diinginkan. Kemudian hasil tanggapan responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan adalah pada kategori baik.

Hal Ini disebabkan karena Lova Collection memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan cara menyediakan lokasi yang mudah untuk diakses dan tidak membingungkan konsumen untuk mencarinya, karyawan Lova Collection juga ramah dan tanggap akan konsumen yang memerlukan bantuan, karyawan Lova Collection juga tidak lupa untuk menawarkan produk yang sedang promo, Lova Collection juga memberikan kebijakan yang sangat membantu konsumen dalam menukarkan

produk yang telah dibeli agar bisa ditukarkan dengan langsung dibawa ke kasir. Jika karyawan Lova Collection Kota Bengkulu tidak memberikan pelayanan yang baik dan juga tanggap akan keluhan pelanggan, maka akan berdampak buruk bagi minat beli konsumen terhadap Lova Collection Kota Bengkulu.

Adapun hasil dari pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan uji hipotesis secara simultan (uji f) akan dijabarkan sebagai berikut:

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara positif terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lova Collection Kota Bengkulu, maka keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan Lova Collection akan semakin meningkat. Yang berarti bahwa Lova Collection mampu memberikan kualitas pelayanan berupa keramah tamahan dan juga selalu tanggap terhadap konsumen yang sedang membutuhkan bantuan dalam mencari barang yang mereka inginkan, sehingga hal tersebut mampu menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan Lova Collection Kota Bengkulu. Hal ini sejalan dengan teori menurut (Kiswardhana & Triputranto, 2015), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian. Dengan demikian perusahaan harus benar-benar memperhatikan dan melakukan pelayanan yang optimal.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wibawa, 2020) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Winda, et. al, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat beli.

### **Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Keragaman Produk memiliki pengaruh secara positif terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa semakin banyak keragaman produk yang ditawarkan oleh Lova Collection Kota Bengkulu, maka minat beli konsumen akan semakin semakin besar terhadap Lova Collection Kota Bengkulu. Hal tersebut berarti bahwa Lova Collection mampu menawarkan berbagai produk yang konsumen butuhkan seperti produk pemenuhan kebutuhan sehari-hari berupa pakaian untuk fashion mereka maupun produk kelengkapan rumah yang mampu membuat konsumen merasa nyaman ketika di rumah. Hal ini sejalan dengan teori menurut (Damanik & Zuliany, 2022) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalangan, acara-acara orang, tempat, property, organisasi, dan gagasan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rainy, 2019) yang menunjukkan bahwa keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli. Ada pula menurut penelitian (Agung Fajar Ramadhan, 2016) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

### **Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Potongan Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu. Potongan harga sangat dibutuhkan dalam menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, semakin baik potongan harga yang diberikan, maka minat beli konsumen juga akan semakin tinggi. Hal ini berarti bahwa Lova Collection mampu memberikan potongan harga yang sesuai dengan yang konsumen inginkan, sehingga dapat menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Dimana tanpa adanya potongan harga yang baik maka minat beli konsumen tidak akan terjadi. Potongan harga merupakan salah satu faktor utama yang dapat menumbuhkan kembangkan

Lova Collection apabila potongan harga yang diberikan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan. Hal ini sesuai teori menurut (Tjiptono, 2007) Potongan harga adalah pengurangan harga yang diperoleh pembeli dari penjual sebagai imbalan atas kegiatan tertentu oleh penjual yang disukai pembeli pada saat melakukan pembelian barang atau jasa. Dalam menghadapi persaingan yang semakin selektif, perusahaan mesti mencermati aspek harga yang ditawarkan, karena tingkatan harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap daya saing suatu perusahaan dan berpengaruh terhadap konsumen dalam memutuskan sebuah pembelian.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shafinazh, 2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa harga diskon terdapat pengaruh signifikan dalam penerapan pemberian harga diskon Shopee berhasil mempengaruhi konsumen membeli produk yang diinginkan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sabaruddin Chaniago, 2022), menyatakan bahwa potongan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli**

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini bahwa Keragaman Produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Minat Beli Konsumen yang didasari oleh dorongan dari Lova Collection Kota Bengkulu dalam menyediakan produk-produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan menyediakan beragam produk yang jauh lebih banyak dibandingkan di tempat lain akan mampu membuat Lova Collection di penuhi oleh konsumen.

Kemudian Kualitas Pelayanan juga memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen, hal ini dapat dilihat dari usaha Lova Collection Kota Bengkulu untuk selalu memberikan pelayanan yang ekstra kepada konsumen, karena Lova Collection Kota Bengkulu memahami seberapa pentingnya kualitas pelayanan dalam menarik minat konsumen untuk membeli. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin besar pula minat yang ditimbulkan konsumen terhadap Lova Collection Kota Bengkulu.

Adapun hasil penelitian yang memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen yaitu variabel Potongan Harga, hal ini dapat terjadi karena ketika Lova Collection memberikan potongan harga yang tinggi maka akan mampu membuat minat beli konsumen semakin besar dan begitu juga sebaliknya. Semakin besar potongan harga yang ditawarkan Lova Collection Kota Bengkulu kepada konsumen, akan semakin baik bagi Lova Collection untuk menarik minat beli konsumen dalam jangka Panjang.

Adapun teori yang sejalan dengan penelitian ini ialah menurut (Kiswardhana & Triputranto, 2015), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya. Dengan demikian perusahaan harus benar-benar memperhatikan dan melakukan pelayanan yang optimal. Menurut (Damanik & Zuliany, 2022) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara orang, tempat, property, organisasi, dan gagasan. Dan menurut (Tjiptono, 2007) Potongan harga adalah pengurangan harga yang diperoleh pembeli dari penjual sebagai imbalan atas kegiatan tertentu oleh penjual yang disukai pembeli pada saat melakukan pembelian barang atau jasa. Dalam menghadapi persaingan yang semakin selektif, perusahaan mesti mencermati aspek harga yang ditawarkan, karena tingkatan harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap daya saing suatu perusahaan dan berpengaruh terhadap konsumen dalam memutuskan sebuah pembelian.

Hasil yang mendukung penelitian ini adalah menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wibawa, 2020) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Menurut (Rainy, 2019) yang menunjukkan bahwa keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli. Menurut (Shafinazh, 2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa harga diskon terdapat pengaruh signifikan dalam penerapan pemberian harga diskon Shopee berhasil mempengaruhi konsumen membeli produk yang diinginkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu. Semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan akan semakin baik pula bagi perkembangan Lova Collection Kota Bengkulu. Dengan adanya pemberian kualitas pelayanan yang baik maka akan menciptakan minat beli konsumen dengan sendirinya.
2. Keragaman Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu. Semakin beragamnya produk yang ditawarkan oleh Lova Collection Kota Bengkulu akan semakin menarik minat konsumen untuk membeli produk di Lova Collection itu sendiri. Dengan penyediaan produk yang beragam dan menarik, akan mampu menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian secara terus menerus sehingga Lova Collection dapat terus maju dan berkembang.
3. Potongan Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu. Semakin besar potongan harga yang diberikan kepada konsumen, maka akan baik pula bagi kemajuan Lova Collection Kota Bengkulu. Dengan adanya potongan harga yang besar maka minat beli konsumen pun akan semakin besar pula, sehingga Lova Collection akan mampu terus berkembang dan juga mampu menyediakan berbagai keperluan yang dibutuhkan oleh konsumen.
4. Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Potongan Harga secara Bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen pada Lova Collection Kota Bengkulu. Semakin baik Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk yang Lova Collection Store berikan kepada konsumen, dan juga semakin besar Potongan Harga yang diberikan Lova Collection, maka akan baik pula bagi kemajuan Lova Collection Kota Bengkulu untuk terus berkembang. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan mampu menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan, begitu pula dengan keragaman produk, semakin beranekaragam produk yang disediakan oleh Lova Collection juga dapat menarik minat beli konsumen akan produk yang dibutuhkan, dan juga semakin besar potongan harga yang ditawarkan kepada konsumen akan semakin baik pula bagi perkembangan Lova Collection Kota Bengkulu untuk kedepannya.

### Saran

1. Hasil penelitian terlihat bahwa variabel Minat Beli Konsumen (Y) pada Lova Collection Kota Bengkulu sudah dalam kategori Cukup Baik.
2. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) pada Lova Collection Kota Bengkulu. Variabel Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Lova Collection Kota Bengkulu sudah pada Kategori baik. Agar lebih baik lagi disarankan kepada Lova Collection Kota Bengkulu agar mampu memberikan jaminan terhadap produk yang telah dibeli, seperti contohnya ketika produk yang dibeli konsumen tersebut terdapat kecacatan ataupun kerusakan saat sudah dibeli.
3. Hasil penelitian terlihat bahwa pada Keragaman Produk (X2) yang diberikan oleh Lova Collection Kota Bengkulu sudah baik. Untuk lebih baiknya lagi disarankan kepada Lova Collection agar mampu menyediakan berbagai keragaman produk yang konsumen inginkan, sehingga hal tersebut dapat menarik minat beli konsumen terhadap Lova Collection Kota Bengkulu.
4. Hasil penelitian terlihat bahwa pada variabel Potongan Harga (X3) pada Lova Collection Kota Bengkulu sudah dalam kategori baik. Namun agar Lova Collection Kota Bengkulu dapat berkembang lebih baik lagi, disarankan kepada Lova Collection Kota Bengkulu untuk membuat konsumen agar melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak dengan cara meyakinkan konsumen bahwa potongan harga yang diberikan sangat berbeda jauh dari harga normal.
5. Disarankan bagi peneliti selanjutnya khususnya penelitian yang sama perlu dipertimbangkan untuk faktor-faktor lain diluar variabel Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen sehingga akan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Supandi Soegoto dan Rizky Y Emor. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 738–748.
- Bariroh, H. (2007). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen Pada Minimarket Indomaret dan Minimarket Alfamart.
- Belch, George E., Belch, Michael A. (2018). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition. New York : McGraw-Hil
- Benson. (2017). *JEM17 Jurnal Ekonomi Manajemen*, Hal 285 - 302. 2.
- Cahyaningtya, D. M. F. P. S. R. D. A. (2020). Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Impluse Buying) Dengan Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening Pepaya Fresh Gallery Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 51–62.
- Chaniago, S., & Hou, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Super Com. *Jurnal MAK BIS (Mahkota Bisnis)*, 1(1), 11–23.
- Damanik, A. Z., & Zuliany, R. (2022). Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi. 5(1), 478–485.
- Ekawanti, U. (2019). Pengaruh Lokasi Toko Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Jenawi Oblong Riau Pekanbaru. *Journal of Manajement*, 6(2), 1–15.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Firmansyah, F. (2020). The effect of product diversity and service quality on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable ( Study of Toko Pertanian Subur , Pace Nganjuk District ). 21(1), 77–86.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jakaria, D., & Estri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Screamous Effect of Product Quality and Sales Promotion on Purchase Decisions on Screamous nasional sehingga dapat memacu pertumbuhan perekonomian yang lebih tinggi di. *Jurnal Prosiding Manajemen*, 1(1), 1246–1254.
- Kayumalue, P. Di, Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning. 2(1).
- Khoiriah, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen “Barokah Mini Market Gunnung Terang Di Kabupaten Oku Timur .” 15(1), 10–18.
- Kiswardhana, A., & Triputranto, B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Customer Service Stasiun Kereta Api Bandung Daerah Operasi II). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–9.
- Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Ed. ke-12 Bahasa Indonesia Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11, Penerbit: Indeks, Jakarta
- Panjaitan, V. M., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Taman Rekreasi Wonderia Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 1–10.
- Perdana, A. Y. (2020). Pengaruh Lokasi , Promosi , Potongan Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Selama Masa Pandemi Covid-19. 19.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Raharjo, K., & Santosa, S. B. (2015). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di T.B Rajawwali Kalicik, Demak (studi pada Toko Bangunan Rajawali Kalicilik, Demak). *Diponegoro Journal of Management*, 4(2003), 1–11.  
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

- Raharjo, Sahid. (2017), Makna Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Dalam Analisis Regresi Linier. <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisiendeterminasi-r-square.html>
- Robby, K., & Angery, E. (2021). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(3), 494–512.
- Rofi'a Fitrotin, R., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di Transmart Rungkut Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(3), 1492–1500.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41844%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Alfabeta.
- Taupik Ismail. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(1), 1124–1135.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategi (2nd ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Wibowo, T. S., & Laksana, B. R. (2021). promotion, product quality, menu diversity and purchase decision factors for street vendors in the. 2021(4), 151–162.