

ABSTRAK

Habibah, 2020, *Analisis Strategi Potongan Harga (Diskon) untuk Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mezora Cabang Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Ainol Yakin, MM

Kata Kunci: *Strategi Potongan Harga (Diskon), Minat Beli, Konsumen*

Harga merupakan salah satu komponen penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengadaptasikan harga adalah pemberian potongan harga atau diskon. Dalam pemasaran, potongan harga (diskon) merupakan alat promosi yang dapat menarik perhatian konsumen untuk mendorong hasrat calon konsumen guna membeli produk yang ditawarkan. Pengadaan diskon telah dilakukan di setiap pusat perbelanjaan. Sejatinya, diskon adalah salah satu strategi promosi yang dilakukan untuk mendorong penjualan dengan bermacam-macam cara. Pada perkembangannya diskon telah menjadi strategi pemasaran, khususnya pada industri *retail*. Tidak terkecuali pada bisnis *fashion* yang juga menerapkan strategi Potongan harga untuk menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada tiga permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu; *pertama*, bagaimana strategi potongan harga (diskon) yang dilakukan oleh Toko Mezora cabang Pamekasan untuk menarik minat beli konsumen. *Kedua*, bagaimana sistem penentuan harga dan potongan harga (diskon) di Toko Mezora cabang Pamekasan. *Ketiga*, apa saja dampak dari potongan harga (diskon) bagi perusahaan dan bagi konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah karyawan di Toko Mezora cabang pamekasan dan beberapa konsumen atau pelanggan. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan keikutsertaan, ketekunan, pengamatan, dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, terdapat dua strategi pemberian potongan harga atau diskon yang dilakukan oleh Toko Mezora cabang Pamekasan untuk menarik minat beli konsumen, yakni diskon melalui kartu member dan diskon non member. *kedua*, sistem penentuan harga produk di Toko Mezora cabang Pamekasan ditentukan dari Mezora pusat selaku produsen utama yang menyediakan produk di seluruh toko cabang yang ada, sedangkan penentuan diskonnya bisa dari intruksi Mezora pusat untuk mengadakan diskon atau dari toko cabang sendiri. *Ketiga*, dampak dari pemberian diskon kepada perusahaan tentunya dapat meningkatkan *volume* penjualan dan dapat menciptakan *loyal customer*, sedangkan bagi konsumen, tentunya merasa senang karena harga produk jadi lebih murah dan dapat mengurangi biaya yang harus di keluarkan.