

ABSTRAK

MUHAMMAD FUAD FAJRUL ISLAM. 2025. *Pengaruh Diskon dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan pada Distro Delusi Stockroom Kota Makassar.* Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dibimbing oleh: Andi Jam'an dan Syarthini Indrayani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon dan citra merek terhadap minat beli pelanggan pada distro Delusi Stockroom di Kota Makassar. Populasi penelitian adalah konsumen yang pernah membeli produk Delusi Stockroom di Kota Makassar. Jumlah populasi sebesar 5000 orang yang telah melakukan pembelian produk pada masa diskon yaitu bulan maret dan april 2025. Penentuan ukuran sampel Menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%, jumlah sampel yang diperlukan adalah 98 responden. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diskon (X1) dan citra merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan $<0,05$ terhadap minat beli (Y) produk Delusi Stockroom. Variabel diskon memiliki pengaruh lebih dominan dengan koefisien regresi sebesar 0,482 dibandingkan variabel citra merek dengan koefisien regresi sebesar 0,459.

Kata Kunci: *Diskon, Citra Merek, Minat Beli*



ABSTRACT

MUHAMMAD FUAD FAJRUL ISLAM. 2025. The Effect of Discounts and Brand Image on Customer Purchase Interest in Distro delusi Stockroom Makassar City. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar.

Supervised by: Andi Jam'an and Syarthini Indrayani

This study aims to determine the effect of discounts and brand image on customer buying interest in the Delusi Stockroom distro in Makassar City. The research population is consumers who have bought Delusi Stockroom products in Makassar City. The total population is 5000 people who have purchased products during the discount period, namely March and April 2025. Determination of sample size Using the Slovin formula with a margin of error of 10%, the number of samples required is 98 respondents. Research using a quantitative approach with data collection through questionnaires. The results showed that the discount variable (X1) and brand image (X2) had a positive and significant effect <0.05 on buying interest (Y) in Delusi Stockroom products. The discount variable has a more dominant influence with a regression coefficient of 0.482 than the brand image variable with a regression coefficient of 0.459.

Keywords: Discount, Brand Image, Purchase Intention

