

PENGARUH POTONGAN HARGA BELANJA ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGHAN MAHASISWA IKIP MUHAMMADIYAH MAUMERE

Nur Chotimah¹, Mariana Febriyanti², Abdul Kholiq³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Sosial dan
Humaniora, Institut Keguruan dan Ilmu Pengetahuan Muhammadiyah Maumere

Corresponding Autor: marianafebriyanti2@gmail.com

Abstrak: “Pengaruh Potongan Harga Belanja Online Terhadap Keputusan Pembelian di Kalangan Mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere”. Mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak dapat terpisahkan, partisipasi mahasiswa dalam penggunaan internet untuk belanja. Belanja secara online dapat memberikan beragam kemudahan bagi konsumen yakni mahasiswa. Mahasiswa merasa senang dan sangat tergiur dengan potongan harga yang mereka dapatkan karena bisa menghemat biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer dan harga lebih terjangkau. Dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen khususnya mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere maka produsen hendaknya menghasilkan produk dan memberikan potongan harga yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan serta menarik perhatian konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh potongan harga belanja online terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere. Penelitian ini dilaksanakan di kampus IKIP Muhammadiyah Maumere. Populasi penelitian ini berjumlah 84 mahasiswa. Sampel penelitian sebanyak 45 mahasiswa. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Pengujian data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 33,2% dan sisanya 66,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *potongan harga, keputusan pembelian.*

Abstract: *The Effect of Online Shopping Discounts on Purchase Decisions among Students of IKIP Muhammadiyah Maumere. Students and the internet in their use cannot be separated, student participation in the use of the internet for shopping. Online shopping can provide various conveniences for consumers, namely students. Students feel happy and very tempted by the discounted prices they get because they can save costs, goods can be delivered directly to their homes, payments are made by transfer and prices are more affordable. In improving consumer purchasing decisions, especially IKIP Muhammadiyah Maumere students, producers should produce products and provide discounts that can meet the needs, desires and attract the attention of consumers. The purpose of this study was to determine the effect of online shopping discounts on purchasing decisions among students of IKIP Muhammadiyah Maumere. This research was conducted at the IKIP Muhammadiyah Maumere campus. The population of this study amounted to 84 students. The research sample was 45 students. The data analysis technique used simple linear regression analysis. Testing the data using the validity test, reliability test, normality test and the coefficient of determination test using the SPSS version 23 program. The results showed that discounted prices had a positive and significant effect on purchasing decisions by 33.2% and the remaining*

66.8% was influenced by other factors. not investigated in this study.

Keywords: Potongan Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Potongan harga adalah penurunan harga yang dilakukan oleh pemasar dan diberikan kepada pelanggan pada produk dan periode tertentu untuk menarik perhatian dan merangsang keinginan konsumen untuk mendapatkan produk (Sonata, 2019). Indikator Potongan Harga Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008;9) membagi atas 4 indikator dalam potongan harga yaitu :

- *Cash Discount* (Diskon tunai)
- *Quantity discounts* (Diskon kuantitas)
- *Discount Fungsional* (Diskon dagang)
- *Seasonal Discount* (Diskon Musiman)

Kurnia (2016:37) keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen dalam proses pemikiran membentuk kumpulan pilihan atas merek-merek atau produk yang ada, kemudian menjatuhkan pilihan atas apa yang disukai dan benar-benar membeli produk.

Adapun indikator keputusan pembelian dalam Morissan (2010:111) adalah sebagai berikut:

- Pencarian informasi
- Pemantapan membeli sebuah produk
- Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- Melakukan pembelian ulang

Penjual *online* memberikan potongan harga yang sangat menarik dan jumlah yang besar kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Potongan harga adalah penurunan harga yang dilakukan oleh pemasar dan diberikan kepada pelanggan pada produk dan periode tertentu untuk menarik perhatian dan merangsang keinginan konsumen untuk mendapatkan produk (Sonata, 2019).

Seiring dengan perkembangan zaman, maka kebutuhan manusia semakin bertambah banyak. Mereka tidak hanya membutuhkan dan menginginkan kebutuhan primer (makanan, pakaian dan tempat tinggal) saja, tetapi juga memberikan perhatian yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan-kebutuhan sekunder dan tersier. Telepon genggam murah dengan fasilitas akses internet, biaya koneksi yang terjangkau.

Mahasiswa yang saya temui selama pra penelitian di kampus IKIP Muhammadiyah Maumere sangat tertarik dengan adanya potongan harga karena potongan harga sangat menarik bagi konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak suatu produk yang mereka temui di aplikasi diantaranya *Facebook, Instagram, wa, tiktok Shop, Shopee* dan *Lazada* terutama dalam hal belanja. Mahasiswa merasa senang dan sangat tergiur dengan potongan harga yang mereka dapatkan karena bisa menghemat biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer dan harga lebih terjangkau.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang di gunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Sugiyono (2017:2) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan

ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji sifat hubungan sebab-akibat/pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis linear sederhana.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuisisioner. kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis pada respon untuk dijawab (Sugiyono,2010:199). kuisisioner ini dibagikan secara onlinne melalui Whats-App dengan menggunakan google form kepada mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere Fakultas PISHUM angkatan 2018.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Uji t (*coefifcient*) akan dapat menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (secara parsial) terhadap variabel. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan program *IBMSPSS Statistic 23.0*, diperoleh nilai t_{hitung} potongan harga(X) sebesar 3,380 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,002. Nilai t_{hitung} (3,380) > t_{tabel} (2,01669), dan nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai 0,002 < 0,05, artinya bahwa potongan Harga (X) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian belanja online di kalangan Mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere. Jadi kesimpulannya h_0 ditolak dan h_1 diterima.

Perhitungan koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar atau kuatnya pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Perhitungan Koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan *SPSS* versi 23.0 dengan melihat besarnya *R square*. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi di atas diperoleh besarnya koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,332. Ini berarti besarnya nilai koefisien determinasi dari variabel independen yaitu potongan Harga (X) sebesar 33,2% potongan harga dipengaruhi oleh keputusan pembelian (Y). Sedangkan sisanya yaitu 66,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas Variabel X dan y

No.Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,667	0,301	Valid
2	0,535	0,301	Valid
3	0,484	0,301	Valid
4	0,623	0,301	Valid
5	0,665	0,301	Valid
6	0,781	0,301	Valid
7	0,446	0,301	Valid
8	0,358	0,301	Valid
9	0,324	0,301	Valid
10	0,360	0,301	Valid

No.Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,735	0,301	Valid
2	0,748	0,301	Valid

3	0,406	0,301	Valid
4	0,767	0,301	Valid
5	0,729	0,301	Valid
6	0,744	0,301	Valid
7	0,623	0,301	Valid
8	0,582	0,301	Valid
9	0,419	0,301	Valid
10	0,638	0,301	Valid
11	0,605	0,301	Valid
12	0,765	0,301	Valid
13	0,652	0,301	Valid

Sumber: Hasil outout Spss 23

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa item pertanyaan serta pernyataan dari kedua variabel di nyatakan valid karena memenuhi kriteria bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 45 responden dengan tingkat signifikansi 5% (0,301) yang berarti bahwa jika r_{hitung} lebih dari 0,301 kuesioner tersebut dapat dinyatakan valid.

Tabel 2 : Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
1	Potongan Harga	0,713	Diterima/reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,884	Diterima/reliabel

Sumber: Hasil outout Spss 23

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, kedua variabel yaitu Potongan Harga dan keputusan pembelian dapat dinyatakan reliabel karena nilai cronbach alpha melebihi 0,6.

Tabel 3 : Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Konstanta	Koefisien
Produk	28,839	0,572

Sumber: Hasil outout Spss 23

Dari rumus perhitungan didapatkan hasil sebagai berikut :

$$Y = 28,839 + 0,572X$$

$$\text{Keputusan pembelian} = 28,839 + 0,572 (\text{potongan harga})$$

Berdasarkan persamaan regresi sederhana di atas konstanta sebesar 28,839 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel keputusan pembelian (Y) belanja online adalah sebesar 28,839. Koefisien regresi X (potongan harga) sebesar 0,572 menyatakan bahwa setiap peningkatan pada potongan harga (X) belanja online sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,572 satuan. Koefisien regresi sederhana bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel potongan harga (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah positif.

Tabel 4 : Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Produk (X)	3,380	2,016	0,002	Terdapat pengaruh

Sumber: Hasil Output Spss 23

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan program *IBMSPSS Statistic 23.0*, diperoleh nilai t_{hitung} potongan harga(X) sebesar 3,380 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,002. Nilai t_{hitung} (3,380) > t_{tabel} (2,01669), dan nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai 0,002 < 0,05, artinya bahwa potongan Harga (X) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian belanja online di kalangan Mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere. Jadi kesimpulannya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 5 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Potongan Harga	0,576 ^a	0,332	0,320	6,09980

Sumber: Hasil output Spss 23

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi di atas diperoleh besarnya koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,332. Ini berarti besarnya nilai koefisien determinasi dari variabel independen yaitu potongan Harga (X) sebesar 33,2% potongan harga dipengaruhi oleh keputusan pembelian (Y). Sedangkan sisanya yaitu 66,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan untuk penelitian ini menjelaskan bahwa potongan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian belanja online di kalangan mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin banyak potongan harga yang diberikan maka akan semakin besar pula hal ini mempengaruhi keputusan pembelian belanja online.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annur fatima arsyani (2019) yang menyatakan Potongan Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Potongan harga sangat efektif dalam menarik respon dan merangsang konsumen untuk membeli produk dan ritel (bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran) sering menggunakan potongan harga untuk meningkatkan perputaran barang pada tokonya (Wulandari,2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari potongan harga (X) terhadap keputusan pembelian (Y) belanja online. Semua indikator variabel masuk dalam kategori sangat tinggi. Pada indikator potongan harga, toko online memberikan diskon tunai dengan jangka waktu yang lama, toko online memberikan diskon kuantitas terhadap produk tertentu yang dijualnya, toko

online memberikan diskon dagang kepada konsumen/mahasiswa IKIP Muhammadiyah Manumere yang selalu berbelanja di tokonya dan toko online memberikan diskon musiman setiap hari raya kepada konsumen. Pada indikator pencarian informasi, Mahasiswa IKIP Muhammadiyah Maumere mendapatkan/mencari informasi mengenai pembelian produk secara *online* dari teman, keluarga dan orang lain, mereka juga merasa puas setelah melakukan pembelian produk secara online dan mereka akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk secara *online* juga melakukan pembelian produk online secara berulang.

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2019. *Periklanan Komunikasi Pemasaran terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana
- Henry Simamora, 2010, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*.