



5. Pengaruh discount
Terhadap Hal 54-59.c

Pengaruh Discount Terhadap Minat Beli Di Toko ALDILLA

Diana Okta Lestari¹, Annisya Millenia² Vicky F Sanjaya³

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

dianaoktalestari58@gmail.com¹, annisyacacaca@gmail.com², vicky@radenintan.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of discounts on buying interest at Aldilla stores. The samples of this study were people who had bought at Aldilla stores with a total of 60 respondents. The validity test uses the Outer Loading value and the reliability test uses the Composite Reliability and Average Variance Extracted (AVE) values, then there is a PLS application-based hypothesis test. All of the three hypotheses proposed are supported. The weakness of this research is that the number of respondents is still relatively small.

Keywords : Discount, Buying Interest.

1. PENDAHULUAN

Pada zaman modern ini banyak sekali perubahan didunia, termasuk dunia bisnis jasa mauoun manufaktur. Didalam bisnis banyak sekali dikenal berbagai macam jenis-jenis strategi terlebih lagi persaingan yang semakin ketat. Dari berbagai jenis trik marketing salah satunya adalah diskon atau potongan harga. Menurut TJIPTONO (2007:166) dari Jurnal ‘SHOFFI’ ULAULI’ diskon merupakan potongan harga yang diberikan kepada penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu. Dalam persaingan yang ketat dizaman ini, suatu perusahaan harus memperhatikan faktor harga, kerena besar kecilnya suatu harga sangat mempengaruhi persaingan suatu perusahaan untuk konsumen membeli produknya.

Menurut SUTISNA (2002:303) dari Jurnal ‘INDRA BAYU BASKARA’ tujuan pemberian diskon itu sendiri untuk mendorong pembeli dalam jumlah yang besar, dan dapat memikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain. Adapun masalah yang terjadi

program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, pengarahan, dan pengawasan. Jadi manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, menerapkan yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan agar tercapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif.

B. Diskon

Potongan harga (discount) merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pengurangan harga dari harga yang sudah ditetapkan untuk menciptakan impulse buying demi meningkatkan penjualan produk atau jasa. Hal ini didukung oleh SUTISNA (2002:303) dari Jurnal 'INDRA BAYU BASKARA' tujuan pemberian potongan harga adalah Mendorong pembelian dalam jumlah besar, mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek (impulse buying), dan mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain.

C. Minat beli

Pengertian Minat Beli Menurut Mujiono (2009 : 54) Minat beli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan (afekti) dan pikiran (kognitif) terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan. Menurut Enggel dkk (2009: 88) berpendapat bahwa minat beli sebagai kekuatan pendorong sebagai motif yang bersifat instristik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan dan selektif pada satu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli. Hal ini dimungkinkan oleh adanya kesesuaian dengan kepentingan individu yang bersangkutan serta memberi kesenangan, kepuasan pada dirinya. Jadi sangatlah jelas bahwa minat beli diartikan sebagai suatu sikap menyukai yang ditujukan dengan kecenderungan untuk selalu membeli yang disesuaikan dengan kesenangan dan kepentingannya. Maka dapat ditarik kesimpulan untuk hipotesis dalam penelitian ini :

Ha : terdapat pengaruh positif signifikan antara discount terhadap minat beli di toko aldilla.

Ho : ya, terdapat pengaruh positif signifikan antara discount terhadap minat beli di toko aldilla.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan secara online yaitu menggunakan kuesioner didalam google fprm yang diisi oleh 60 responden. Isi dari kuesioner yang kami berikan berupa 5 butir pertanyaan dari masing masing indikator pada variabel yang kami teliti yaitu bari 1 variabel (discount) pengumpulan data tersebut bertujuan untuk mengetahui pendapat para responden, dimana jawaban dari pertanyaan tersebut berjumlah lima opsi yaitu :

1. Sangat Setuju
2. Setuju
3. Ragu-ragu
4. Tidak Setuju
5. Sangat Tidak Setuju.

Responden yang mengisi kuesioner tersebut adalah orang yang membeli di toko aldilla. Teknik data yang digunakan untuk penelitian ini adalah analisis *Partial Least Square* (PLS) yaitu salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang dibentuk untuk menyelesaikan permasalahan spesifik dan rumit pada data seperti contoh ukuran sampel penelitian kecil, adanya data hilang (missing value), uji reliabilitas, dan tingkat validitasnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji yang dilakukan didapati beberapa hasil diantaranya yang pertama terdapat beberapa butir kuesioner yang gugur karena tidak memenuhi batas standar *factor loading* yaitu pada variabel discount (X) yaitu 2 indikator.



Gambar 1. Diagram jalur hasil uji variabel yang dinyatakan valid dan reliabel

1. Uji validitas dan reliabilitas

a. Uji validitas

Dari data tersebut, untuk pengujian validitas data kami melihat nilai dari factor loading yaitu dengan nilai ≥ 0.6 . Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh butir indikator pada semua variabel penelitian menghasilkan nilai signifikan.

b. Uji reliabilitas

Untuk uji reliabilitas berdasarkan tabel menunjukkan bahwa besarnya nilai dari cronbach's alpha pada setiap variabel penelitian nilainya ≥ 0.6 sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner pada penelitian ini dapat memenuhi syarat reliabilitas.

Tabel.1 nilai outer loading

Outer Loadings		
	D	MB
D1	0.772	
D2	0.785	
MB1		0.855
MB2		0.668
MB3		0.746

Tabel.2 validitas dan reliabilitas kostruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
D	0.352	0.352	0.755	0.607
MB	0.701	0.839	0.803	0.578

c. Uji hipotesis

Tabel.3 uji hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
D -> MB	0.477	0.504	0.084	5.666	0.000

hasil : terdapat pengaruh positif signifikan antara discount terhadap minat beli di toko aldilla.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa discount berpengaruh positif signifikan. Karena sebagaimana hasil nilai P-Value nya ≤ 0.05 .

6. DAFTAR PUSTAKA

Indra Bayu Baskara. (2015) Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember)

Shoffi'ul Auli' M. Ridwan Basalamah, Restu Millaningtyas. (2021) Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee

Artikel Ilmiah.(2015) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Cv. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu

[Http://Repository.Unisma.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/2655/S1_Feb_Manajemen_21701081069_Shoffi%27ul%20auli.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](http://Repository.Unisma.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/2655/S1_Feb_Manajemen_21701081069_Shoffi%27ul%20auli.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)

[Https://Ejournal.Umm.Ac.Id/Index.Php/Jmb/Article/Download/5382/5216/14107](https://Ejournal.Umm.Ac.Id/Index.Php/Jmb/Article/Download/5382/5216/14107)

[Https://Www.Brilio.Net/Serius/17-Pengertian-Manajemen-Pemasaran-Menurut-Para-Ahli-Jelas-Dan-Lengkap-200420t.Html](https://Www.Brilio.Net/Serius/17-Pengertian-Manajemen-Pemasaran-Menurut-Para-Ahli-Jelas-Dan-Lengkap-200420t.Html)

[Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/2235/6/08410165_Bab_2.Pdf](http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/2235/6/08410165_Bab_2.Pdf)

[Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/24324-Id-Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Minat-Beli-Konsumen-Pada-Cv-Master-Pasir-Pengara.Pdf](https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/24324-Id-Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Minat-Beli-Konsumen-Pada-Cv-Master-Pasir-Pengara.Pdf)

[Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/24324-Id-Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Minat-Beli-Konsumen-Pada-Cv-Master-Pasir-Pengara.Pdf](https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/24324-Id-Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Minat-Beli-Konsumen-Pada-Cv-Master-Pasir-Pengara.Pdf)