

PENGARUH LOKASI DAN PEMBERIAN *DISCOUNT* (POTONGAN HARGA) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO *FASHION PRINCESS STUFF* KEBUMEN

Nafisah Adeliya

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Purworejo

nafisahadeliya983@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dan pemberian *discount* terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 konsumen yang ditentukan dengan berpedoman pada rumus Lemeshow dengan taraf kesalahan 5%. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode angket yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan korelasi parsial dan korelasi ganda. Hasil analisis deskriptif menunjukkan variabel lokasi pada kategori baik sebesar 56%, pemberian *discount* (potongan harga) pada kategori sering sebesar 63%, keputusan pembelian pada kategori tinggi sebesar 68%. Berdasarkan analisis kuantitatif menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian sebesar 9,60% ($r = 0,311$, $t_{hitung} = 3,226$, $sig \leq 0,05$), ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pemberian *discount* dengan keputusan pembelian sebesar 11,90% ($r = 0,346$, $t_{hitung} = 3,635$, $sig \leq 0,05$). Ada pengaruh antara lokasi dan pemberian *discount* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar 39,20% ($R = 0,626$, F_{hitung} sebesar 31.290, $sig \leq 0,05$), sedangkan 60,80% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $Y=12,583 + 0,333 X_1 + 0,342 X_2$.

Kata kunci: Lokasi, Pemberian *discount*, dan Keputusan Pembelian

A. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Proses jual beli berlangsung secara terus menerus seiring dengan perkembangan peradaban dan pola berfikir manusia. Dalam perkembangan kebutuhan manusia itu dalam hal ini kaitannya dengan dunia *fashion*, biasanya disesuaikan dengan daya kreasi dan budaya tiap-tiap

individu itu sendiri. Tetapi dengan semakin majunya era teknologi orang dituntut semakin kritis untuk mencari sesuatu yang lain atau lebih *up to date* bukan hanya sekedar mengenakan busana tetapi juga untuk memberikan citra diri dan identitas kepada pemakainya. Kondisi persaingan yang ketat membuat perilaku konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Basu Swastha dalam Korniwawan (2015:2) “adalah harga, kualitas, pelayanan, dan lokasi”. Lupiyoadi dalam Korniwawan (2015:2) berpendapat bahwa “lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya ditempatkan”. Dilihat dari segi lokasi pembeli akan melihat jauh dekatnya tempat tinggal dengan lokasi, serta apakah dalam berbelanja dibutuhkan perantara atau secara langsung. Menurut Tjiptono (2008:166) “potongan harga adalah sebuah potongan yang diberikan kepada pembeli sebagai suatu penghargaan aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual”. Dengan adanya sistem potongan harga, konsumen akan mengunjungi toko tersebut dan memutuskan untuk melakukan pembelian baik secara terencana ataupun tidak terencana.

Adapaun rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi dan Pemberian *Discount* (Potongan Harga) baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dan pemberian *discount* (potongan harga) baik secara sendiri-sendiri ataupun secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen.

Lokasi yang strategis dan pemberian *discount* (potongan harga) yang diterapkan dimungkinkan akan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ibnu Nur Rohman

(2017) berdasarkan hasil analisis kuantitatif diperoleh r_{hitung} 0,289, $t = 2,051$, $sig = 0,046$ ($0,046 < 0,05$). Penelitian lain dilakukan oleh Dhian Puspo Ndari (2015) menunjukkan hasil analisis kuantitatif diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,638, F_{hitung} 16,307 dengan $sig = 0,001$ ($0,001 < 0,05$ maka signifikan).

B. METODE PENELITIAN

Sesuai permasalahan yang diangkat dan tujuan penelitian, maka penelitian ini termasuk *ex post facto*, sedangkan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen pada bulan Maret 2019 sampai dengan Mei 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 konsumen yang ditentukan dengan berpedoman pada rumus Lemeshow dengan taraf kesalahan 5%. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Uji hipotesis terdiri dari korelasi parsial, uji t, korelasi ganda, uji F dan regresi ganda yang digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan pemberian *discount* (potongan harga) baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis korelasi parsial dan uji t pada penelitian ini menggunakan *SPSS for windows* 16,0. Adapun hasil analisis disajikan pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
Ringkasan Koefisien Korelasi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	12.583	3.012		4.178	.000			
	Lokasi	.333	.103	.327	3.226	.002	.556	.311	.255
	Pemberian Discount	.342	.094	.368	3.635	.000	.572	.346	.288

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data yang diolah

Dari hasil uji t (lihat tabel 1) variabel lokasi diperoleh $r_{hitung} = 0,311$, $t_{hitung} = 3.226$, $sig = 0,002$, dan $r^2 = 0,096$. Karena $sig < 0,05$ maka dapat disimpulkan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen, dengan pengaruh sebesar 9,60%.

Dari hasil uji t (lihat tabel 1) variabel pemberian *discount* (potongan harga) diperoleh $r_{hitung} = 0,346$, $t_{hitung} = 3.635$, $sig = 0,000$, dan $r^2 = 0,119$. Karena $sig < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pemberian *discount* (potongan harga) terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen, dengan pengaruh sebesar 11,90%.

Hasil analisis korelasi ganda dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2
Hasil Ringkasan Analisis Korelasi Ganda
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.380	2.934

a. Predictors: (Constant), pemberiandiscount, lokasi

Sumber : Data yang diolah

Hasil analisis pada tabel 15 diperoleh koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,626. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi dan pemberian *discount* (potongan harga) secara bersama-sama memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen, karena R Square positif sebesar (R^2) 0,392 atau 39,2%.

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3
Hasil Ringkasan Analisis Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538.835	2	269.417	31.299	.000 ^a
	Residual	834.955	97	8.608		
	Total	1373.790	99			

a. Predictors: (Constant), pemberiandiscount, lokasi

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan uji ANOVA (lihat pada tabel 2) didapat nilai R sebesar 0,626, F_{hitung} sebesar 31,299 dengan sig = 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan R^2 sebesar 0,392 maka dapat dikatakan bahwa lokasi dan pemberian *discount* (potongan harga) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berarti hipotesis yang berbunyi lokasi dan pemberian *discount* (potongan harga) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen diterima.

Hasil uji analisis regresi ganda dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4
 Hasil Ringkasan Analisis Regresi Ganda
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.583	3.012		4.178	.000
	Lokasi	.333	.103	.327	3.226	.002
	Pemberian Discount	.342	.094	.368	3.635	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data yang diolah

Setelah dilakukan analisis korelasi ganda diperoleh koefisien korelasi (R) 0,626 dan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,392, koefisien lokasi (b₁) sebesar 0,333, koefisien pemberian *discount* (b₂) sebesar 0,342, dan bilangan konstantanya (a) 12,583 dan bila dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 12,583 + 0,333 X_1 + 0,342 X_2$$

Artinya :

1) $a = 12,583$

Merupakan nilai konstanta (a) apabila nilai variabel X₁ dan X₂ masing-masing 0 maka Y = 12,583.

2) $b_1 = 0,333$

koefisien regresi variabel lokasi tersebut bernilai positif, artinya jika lokasi (X₁) naik sebesar satu satuan, dan pemberian *discount* (X₂) tetap, maka keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,333.

3) $b_2 = 0,342$

koefisien regresi variabel pemberian *discount* tersebut bernilai positif, artinya jika pemberian *discount* (X₂) naik sebesar satu satuan, dan lokasi (X₁) tetap, maka keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,342.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh r hitung = 0,311, $t = 3.226$, $sig = 0,02$ ($0,02 < 0,05$) dan $r^2 = 0,096$. Besarnya pengaruh 9,60%.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pemberian *discount* (potongan harga) terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh r hitung = 0,346, $t = 3.635$, $sig = 0,00$ ($0,00 < 0,05$), dan $r^2 = 0,119$. Besarnya pengaruh 11,90%.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan pemberian *discount* (potongan harga) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan didapat nilai koefisien korelasi (R) besar 0,626, F_{hitung} sebesar 31,299 dengan $sig = 0,000$ ($0,000 < 0,05$), dan R^2 sebesar 0,392. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa, lokasi dan pemberian *discount* (potongan harga) berpengaruh positif sebesar 39,20% terhadap keputusan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen, sedangkan 60,80% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik Toko

Lokasi *Princess Stuff* termasuk dalam kategori strategis karena dekat dengan jalan raya maupun dengan transportasi umum. Sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, media promosi yang dilakukan *Princess Stuff* dengan memberikan *discount* (potongan harga) sangat menarik konsumen. Oleh karena itu pemilik toko harus mempertahankan strategi penjualan yang dimiliki tersebut untuk meningkatkan pendapatan.

Namun akan lebih baik untuk kenyamanan lokasi bagi konsumen bisa dilengkapi dengan pemasangan kanopi khususnya pada fasilitas parkir dan perlengkapan seperti kursi sebagai ruang tunggu. Sehingga konsumen akan merasa puas dan nyaman ketika melakukan pembelian di toko *fashion Princess Stuff* Kebumen.

2. Bagi Konsumen

Konsumen harus cermat dan selektif dalam melakukan pembelian, harus lebih selektif dalam memilih harga produk yang sesuai dengan *budget* yang dimiliki seperti melakukan pembelian ketika ada *discount* (potongan harga) karena harga akan lebih murah dari harga normal.

3. Bagi peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain faktor-faktor yang terdapat dalam penelitian ini. Misalnya, dengan menganalisis pengaruh harga atau pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Ndari, Dhian Puspo. 2015. *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada UD Upindo Raya Cabang Tanah Grogot*. Ejournal Administrasi Bisnis Vol 3 No 3 Tahun 2015
- Raharjo, Kornawan & Suryono, B.S. 2015. *Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di T.B Rajawali Kalicilk, Demak (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Rajawali Kalicilik, Demak)*. Journal Diponegoro Manajemen Vol. 4 No.4 Tahun 2015
- Rohman, Ibnu Nur. 2017. *Pengaruh Lokasi, Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada UD. Ruyung Mekar*. Skripsi. Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset