

BAB III

PEMBAHASAN

A. Analisis Data

1. Karakteristik Data Responden

Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis deskriptif terhadap data responden guna mengetahui gambaran pengguna aplikasi TIX.ID di Universitas Negeri Jakarta. Data yang didapatkan berjumlah 119 orang dengan kriteria Mahasiswa atau mahasiswi Universitas Negeri Jakarta dan telah melakukan pembelian di aplikasi TIX.ID. Karakteristik data yang diperoleh adalah: Jenis kelamin dan fakultas, Adapun proses analisis data dibantu dengan program pengelolaan data SPSS versi ke 20 dan Microsoft Excel 365. Berikut adalah pengelompokan data responden pada penelitian Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel III.1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	25	21%
Perempuan	94	79%
Total	119	100%

Data diolah oleh peneliti

Dari hasil kuesioner yang telah disebarakan melalui *Google Form*, dapat dilihat pada tabel III.1 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna TIX.ID di Universitas Negeri Jakarta berjenis kelamin Perempuan yaitu dengan persentase 79% dengan frekuensi 94, sedangkan minoritas berjenis kelamin Laki-laki memiliki persentase 21% dengan frekuensi 25. Disimpulkan

bahwa dalam lingkungan Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang telah melakukan pembelian pada aplikasi TIX.ID mayoritas berjenis kelamin **Perempuan**.

Tabel III.2

Fakultas Responden

Fakultas	Frekuensi	Persentase
Fakultas Ilmu Pendidikan	7	5.9%
Fakultas Pendidikan Psikologi	13	10.9%
Fakultas Ilmu Sosial	2	1.7%
Fakultas Ilmu Olahraga	4	3.4%
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	9	7.6%
Fakultas Teknik	14	11.8%
Fakultas Ekonomi	60	50.4%
Fakultas Bahasa dan Seni	10	8.4%
Total	119	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada Fakultas-fakultas yang ada di Universitas Negeri Jakarta, yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Pendidikan Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Olahraga, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi, Fakultas Bahasa dan Seni. Dari 119 orang responden dalam penelitian ini, Mayoritas berasal dari **Fakultas Ekonomi** dengan persentase 50.4% atau dengan frekuensi 60. Sedangkan minoritas berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dengan persentase 1.7% atau dengan frekuensi 2.

2. Analisis Data

c. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kevalidan pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner yang telah disebarakan melalui *Google Form*, dalam melakukan uji validitas ini peneliti melakukan analisis data dengan dasar rumus bivariate pearson yaitu apabila r hitung $\geq r$ tabel melebihi (0,361) maka butir item angket tersebut dapat dikatakan valid dan apabila r hitung $< r$ tabel kurang dari (0,361) maka butir item angket tersebut tidak valid. Proses analisis data pada penelitian ini dibantu oleh program SPSS versi 20.

Tabel III.3
Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas				
Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Potongan Harga	P 1	0.633	0.361	Valid
	P 2	0.805	0.361	Valid
	P 3	0.687	0.361	Valid
	P 4	0.291	0.361	Tidak Valid
	P 5	0.741	0.361	Valid
	P 6	0.696	0.361	Valid
	P 7	0.536	0.361	Valid
	P 8	0.777	0.621	Valid
	P 9	0.621	0.361	Valid

Hasil Uji Validitas				
Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	P 1	0.587	0.361	Valid
	P 2	0.426	0.361	Valid
	P 3	0.396	0.361	Valid
	P 4	0.564	0.361	Valid
	P 5	0.287	0.361	Tidak Valid
	P 6	0.473	0.361	Valid
	P 7	0.745	0.361	Valid
	P 8	0.754	0.361	Valid
	P 9	0.625	0.361	Valid
	P 10	0.595	0.361	Valid
	P 11	0.472	0.361	Valid
	P 12	0.609	0.361	Valid
	P 13	0.767	0.361	Valid
	P 14	0.617	0.361	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Hasil analisis data yang dapat dilihat dalam tabel III.3 menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel Potongan Harga dan Keputusan Pembelian dinyatakan valid karena semua r-hitung lebih besar dari r-tabel.

d. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Instrumen pada pengumpulan data reliabel atau konsisten.

Melalui rumus *Cronbach Alpha*, Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai lebih besar dari 0.7

Tabel III.4
Hasil Uji Reabilitas

Hasil Uji Reliabilitas		
Variable	Cronbach's Alpha	Keterangan
Potongan Harga	0.770	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.744	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dalam Tabel III.4 dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam angket penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7.

e. Analisis Deskriptif

Setelah melakukan uji terhadap alat ukur penelitian. Peneliti melakukan analisis deskriptif terhadap jawaban yang telah diisi oleh responden. Adapun hasil dari analisis deskriptif yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Variabel Potongan Harga

Tabel III.5
Analisis Deskriptif Variabel Potongan Harga

Besar program potongan harga									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	TIX.ID memberikan potongan harga yang besar	3	4	7	14	28	62	15	105
		2.5%	3.4%	5.9%	11.8%	23.5%	52.1%	12.6%	88.2%

2	Besar potongan harga sesuai dengan harapan saya	3	6	9	18	34	54	13	101
		2.5%	5.0%	7.6%	15.1%	28.6%	45.4%	10.9%	84.9%
3	Potongan harga pada TIX.ID lebih besar dari kompetitor (Aplikasi sejenis)	3	2	11	16	43	41	19	103
		2.5%	1.7%	9.2%	13.4%	36.1%	34.5%	16.0%	86.6%
	Rata Rata	2.5%	3.4%	7.6%	13.4%	29.4%	44.0%	13.2%	86.6%
Waktu program potongan harga									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	TIX.ID memberikan jangka waktu program potongan harga yang panjang	1	14	25	40	42	26	11	79
		0.8%	11.8%	21.0%	33.6%	35.3%	21.8%	9.2%	66.4%
2	TIX.ID melakukan program potongan harga pada waktu yang saya inginkan	3	9	18	30	44	37	8	89
		2.5%	7.6%	15.1%	25.2%	37.0%	31.1%	6.7%	74.8%
	Rata Rata	1.7%	9.7%	18.1%	29.4%	36.1%	26.5%	8.0%	70.6%
Jenis produk program potongan harga									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	Pilihan film pada program	4	8	8	20	22	59	18	99
		3.4%	6.7%	6.7%	16.8%	18.5%	49.6%	15.1%	83.2%

	potongan harga beragam								
2	TIX.ID melakukan program potongan harga pada film yang saya inginkan	3	5	11	19	26	57	17	100
		2.5%	4.2%	9.2%	16.0%	21.8%	47.9%	14.3%	84.0%
3	Pilihan produk pada program potongan harga menarik	2	2	3	7	31	65	16	112
		1.7%	1.7%	2.5%	5.9%	26.1%	54.6%	13.4%	94.1%
	Rata Rata	2.5%	4.2%	6.2%	12.9%	22.1%	50.7%	14.3%	87.1%

Sumber: Diolah oleh peneliti

Pada variabel potongan harga peneliti melakukan pengujian terhadap 3 dimensi dengan mengajukan pernyataan kepada responden melalui *Google Form* dan jawaban responden diukur dengan skala *likert*. Berikut adalah hasil analisis deskriptif yang peneliti lakukan:

a) Besar program potongan harga

Hasil yang dapat dilihat pada tabel III.5 menunjukkan bahwa hasil analisis pada dimensi besar potongan harga yaitu sangat tidak setuju (STS) 2.5%, tidak setuju (TS) 3.4%, ragu-ragu mungkin tidak setuju (RMTS) 7.6%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 29.4%, setuju (S) 44.04%, Sangat Setuju (SS) 13,2%.

Mayoritas responden dengan persentase 86.6% merasa bahwa TIX.ID memberikan potongan harga yang besar, besar potongan harga yang sesuai dengan harapan serta dibandingkan dengan kompetitor TIX.ID memberikan potongan harga yang lebih besar.

Dengan jumlah 86.6% dapat dikategorikan berdasarkan kategori penilaian dengan kategori **BAIK**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden puas dengan besar program potongan harga yang diberikan TIX.ID.

Menurut Augusty Ferdinand dalam Wulandary (2018) “Harga merupakan suatu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk”

b) Waktu potongan harga

Hasil analisis terhadap jawaban responden yang dapat dilihat pada tabel III.5 menunjukkan analisis pada dimensi waktu potongan harga yaitu sangat tidak setuju (STS) 1.7%, tidak setuju (TS) 9.7%, ragu-ragu mungkin tidak setuju (RMTS) 18.1%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 36.1%, setuju (S) 26.5%, Sangat Setuju (SS) 8,0%.

Bahwa mayoritas responden pada pernyataan dimensi waktu program potongan harga, dengan persentase 70.6% merasa bahwa TIX.ID memberikan jangka waktu potongan harga yang panjang dan melakukan program potongan harga pada waktu yang diinginkan.

Berdasarkan kategori penilaian 51-100%, mayoritas dengan jumlah 70.6% pada dimensi waktu potongan harga dapat dikategorikan **Baik**. Dapat disimpulkan TIX.ID melakukan program potongan harga pada waktu yang tepat.

Menurut Kotler Keller dalam Wira (2017) Waktu adalah salah satu unsur terpenting bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Seseorang melakukan suatu perjalanan salah satunya karena adanya waktu luang untuk melakukan kegiatan tersebut.

c) Jenis produk program potongan harga

Hasil yang dapat dilihat pada tabel III.5 menunjukkan bahwa hasil analisis pada dimensi jenis produk yaitu sangat tidak setuju (STS) 2.5%, tidak setuju (TS) 4.3%, ragu-ragu mungkin tidak setuju (RMTS) 6.2%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 22.1%, setuju (S) 50.7%, Sangat Setuju (SS) 14,3%.

Menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan persentase 87.1% setuju bahwa pilihan film pada program potongan harga beragam, TIX.ID memberikan program potongan harga pada film yang diinginkan dan pilihan produk pada program potongan harga menarik.

Apabila 87.1% dikategorikan dengan kategori penilaian, maka dapat disimpulkan dimensi jenis produk program potongan harga dapat dikategorikan **Baik**. Dengan kesimpulan bahwa TIX.ID Memberikan jenis produk pada program potongan harga sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Hasil ini sejalan dengan Kotler dalam Nurrahman (2016) mengemukakan “bahwa faktor-faktor yang membuat niat pembelian konsumen yaitu pilihan produk, dimana konsumen dalam mengambil

keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain”.

2) Variabel Keputusan Pembelian

Tabel III.6
Jawaban Variabel Keputusan Pembelian

Identifikasi Masalah									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	Saya melakukan pembelian pada TIX.ID sesuai dengan kebutuhan	1	0	3	4	4	64	47	115
		0.8%	0.0%	2.5%	3.4%	3.4%	53.8%	39.5%	96.6%
2	Produk TIX.ID dengan adanya program potongan harga memberikan manfaat lebih besar kepada saya dibanding kompetitor	1	1	3	5	30	57	27	114
		0.8%	0.8%	2.5%	4.2%	25.2%	47.9%	22.7%	95.8%
3	Pembelian pada aplikasi TIX.ID memberikan manfaat untuk saya	0	2	1	3	13	66	37	116
		0.0%	1.7%	0.8%	2.5%	10.9%	55.5%	31.1%	97.5%
	Rata Rata	0.6%	0.8%	2.0%	3.4%	13.2%	52.4%	31.1%	96.6%

Pencarian Informasi									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	Saya mengetahui produk dan aplikasi TIX.ID dari internet	4	8	7	19	16	49	35	100
		3.4%	6.7%	5.9%	16.0%	13.4%	41.2%	29.4%	84.0%
2	Saya mengetahui produk dan aplikasi TIX.ID dari jaringan pemasaran TIX.ID (Instagram, Website, Email Marketing, Iklan, dan lainnya)	5	6	7	18	18	50	33	101
		4.2%	5.0%	5.9%	15.1%	15.1%	42.0%	27.7%	84.9%
	Rata Rata	3.8%	5.9%	5.9%	15.5%	14.3%	41.6%	28.6%	84.5%

Evaluasi alternatif									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	Saya lebih menyukai pembelian di TIX.ID dibanding kompetitor	0	2	6	8	15	62	34	111
		0.0%	1.7%	5.0%	6.7%	12.6%	52.1%	28.6%	93.3%
2	Aplikasi TIX.ID mudah digunakan	0	1	1	2	5	55	57	117
		0.0%	0.8%	0.8%	1.7%	4.2%	46.2%	47.9%	98.3%
3	Metode pembayaran pada aplikasi TIX.ID mudah dilakukan	0	0	1	1	10	52	56	118
		0.0%	0.0%	0.8%	0.8%	8.4%	43.7%	47.1%	99.2%
Rata Rata		0%	1%	2%	3%	8%	47%	41%	97%

Keputusan Pembelian									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	Harga produk pada aplikasi TIX.ID sesuai dengan kemampuan saya	0	3	3	6	15	65	33	113
		0%	3%	3%	5%	13%	55%	28%	95%
2	Saya yakin untuk melakukan pembelian produk dalam program potongan harga di TIX.ID	0	0	5	5	19	70	25	114
		0.0%	0.0%	4.2%	4.2%	16.0%	58.8%	21.0%	95.8%
3	Saya relatif membutuhkan waktu yang singkat untuk melakukan pembelian di TIX.ID	0	3	6	9	23	49	38	110
		0.0%	2.5%	5.0%	7.6%	19.3%	41.2%	31.9%	92.4%
Rata Rata		0.0%	1.7%	3.9%	5.6%	16.0%	51.5%	26.9%	94.4%

Prilaku Pasca Pembelian									
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							
		STS	TS	RMTS	Total	RMS	S	SS	Total
1	Saya akan merekomendasikan TIX.ID kepada orang lain	0	1	3	4	18	63	34	115
		0%	1%	3%	3%	15%	53%	29%	97%
2	Saya akan melakukan pembelian produk TIX.ID kembali pada	0	0	4	4	10	55	50	115
		0.0%	0.0%	3.4%	3.4%	8.4%	46.2%	42.0%	96.6%

	masa yang akan datang								
	Rata Rata	0.0%	0.4%	2.9%	3.4%	11.8%	49.6%	35.3%	96.6%

Data diolah oleh peneliti

Peneliti melakukan analisis deskriptif terhadap hasil kuesioner yang telah dilakukan dengan skala pengukuran *likert* pada dimensi keputusan pembelian.

Berikut adalah hasil analisis pada dimensi keputusan pembelian:

a) Identifikasi Masalah

Hasil yang dapat dilihat pada tabel III.6 menunjukkan bahwa analisis pada dimensi identifikasi masalah yaitu sangat tidak setuju (STS) 0.6%, tidak setuju (TS) 0.8%, ragu-ragu mungkin tidak setuju (RMTS) 2.0%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 13.2%, setuju (S) 52.4%, Sangat Setuju (SS) 31,1%.

Pada tabel III.6 menunjukkan hasil analisis pada dimensi identifikasi masalah yaitu mayoritas persentase 96.6% setuju bahwa melakukan pembelian pada TIX.ID sesuai dengan kebutuhan, membeli produk TIX.ID dalam program potongan harga memberikan manfaat yang lebih besar dari pada kompetitor dan membeli produk TIX.ID memberikan manfaat yang besar kepada responden.

Melalui kategori penilaian, Hasil pada dimensi identifikasi masalah yaitu 96.6% dapat dikategorikan **Baik**. Yaitu TIX.ID memberikan produk yang dapat bermanfaat kepada konsumen.

Menurut Setiadi dalam Aisyah (2017), “pengambilan keputusan yang diambil oleh seseorang dapat disebut sebagai suatu pemecahan masalah. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai atau dipuaskan. Selanjutnya konsumen membuat keputusan”.

b) Pencarian informasi

Dalam hasil yang dapat dilihat pada tabel III.6 menunjukkan hasil analisis pada dimensi pencarian informasi yaitu sangat tidak setuju (STS) 3.8%, tidak setuju (TS) 5.9%, ragu-ragu mungkin tidak setuju (RMTS) 5.9%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 14.3%, setuju (S) 41.6%, Sangat Setuju (SS) 28,6%.

Tabel III.6 menunjukkan bahwa mayoritas dengan persentase 84.5% setuju mengetahui informasi produk dan aplikasi TIX.ID dari internet dan jaringan pemasaran TIX.ID.

Apabila 84.5% dikategorikan dalam kategori penilaian, maka dimensi pencarian informasi dapat dikategorikan **Baik**. Yaitu TIX.ID memberikan informasi yang cukup untuk konsumen melalui internet dan jaringan pemasaran.

c) Evaluasi Alternatif

Hasil yang dapat dilihat pada tabel III.6 menunjukkan bahwa rata-rata pada hasil analisis pada dimensi evaluasi alternatif yaitu sangat tidak setuju (STS) 0%, tidak setuju (TS) 1%, ragu-ragu mungkin tidak setuju

(RMTS) 2%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 8%, setuju (S) 47%, Sangat Setuju (SS) 41%.

Pada tabel III.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden pada pernyataan dimensi evaluasi alternatif dengan persentase 97%. Hasil ini didorong oleh mayoritas responden yang setuju menyukai pembelian di TIX.ID dibanding kompetitor, aplikasi TIX.ID mudah digunakan dan metode pembayaran yang mudah.

Apabila hasil analisis dengan jumlah 97% dikategorikan dalam kategori penilaian dengan persentase (51-100%) maka dimensi evaluasi alternatif dapat dikategorikan **Baik**. Yaitu TIX.ID memberikan pengalaman pembelian yang baik, aplikasi dan pembayaran yang mudah.

d) Keputusan Pembelian

Hasil yang dapat dilihat pada tabel III.6 menunjukkan bahwa rata-rata pada hasil analisis pada dimensi keputusan pembelian yaitu sangat tidak setuju (STS) 0%, tidak setuju (TS) 1.7%, ragu-ragu mungkin tidak setuju (RMTS) 3.9%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 16%, setuju (S) 51.5%, Sangat Setuju (SS) 26.9%.

Hasil analisis deskriptif yang dapat dilihat pada tabel III.6 menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan pada dimensi keputusan pembelian dengan persentase 94.4%. Hasil ini didukung oleh mayoritas responden yang setuju harga produk pada aplikasi TIX.ID sesuai dengan kemampuan saya, yakin untuk melakukan pembelian pada produk

dalam program potongan harga dan relatif membutuhkan waktu yang singkat untuk melakukan pembelian pada aplikasi TIX.ID.

Nilai 94.4% apabila dikategorikan dalam kategori penilaian dengan persentase (51-100%) maka dapat disimpulkan pada dimensi keputusan pembelian yaitu **Baik**. Yaitu TIX.ID memberikan harga yang sesuai dengan konsumen.

e) Perilaku Pasca Pembelian

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang ditampilkan pada Tabel III.6, responden menyatakan sikap sangat tidak setuju (STS) 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 0,4%, ragu-ragu mungkin setuju (RMS) 2.9%, Setuju (S) 49.6%, Sangat Setuju (SS) 35.3%.

Pada tabel III.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju pada pernyataan dalam dimensi perilaku pasca pembelian, dengan persentase 96.6%.

Apabila hasil analisis dengan jumlah 96.6% dikategorikan dalam kategori penilaian dengan persentase (51-100%) maka dimensi perilaku pasca pembelian dapat dikategorikan **Baik**. Hasil ini disebabkan oleh mayoritas responden yang setuju akan merekomendasikan TIX.ID kepada orang lain dan akan melakukan pembelian kembali pada masa yang akan datang.

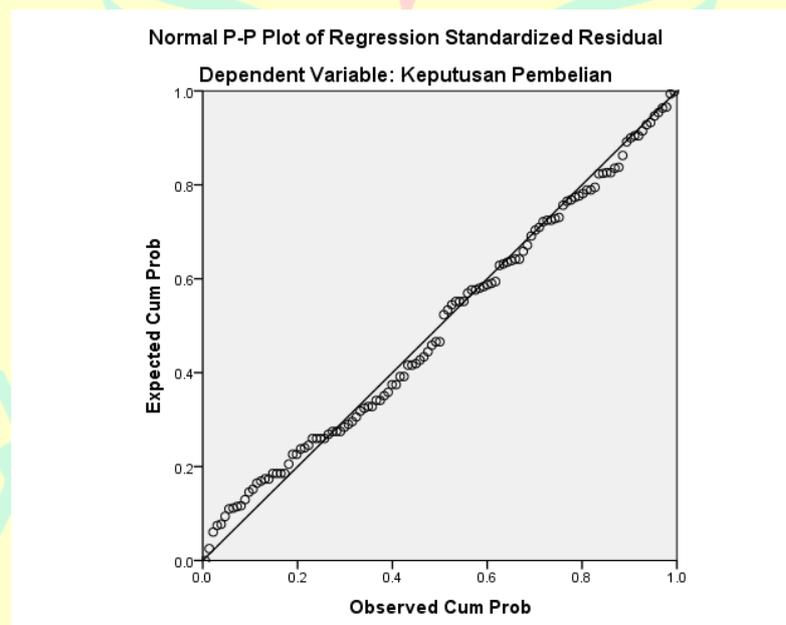
Menurut Kotler dalam Setiawan (2016), terdapat tiga hal yang harus diamati dalam tahap pasca pembelian, yaitu: kepuasan pasca pembelian,

tindakan pasca pembelian, dan pemakaian serta pembuangan pasca pembelian.

d. Uji Asumsi

1) Uji Normalitas

Pada penelitian ini peneliti melakukan uji normalitas menggunakan *Software* pengolahan data SPSS versi 20, tujuan dari pelaksanaan uji normalitas ini adalah untuk mengetahui apakah data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak.



Gambar III.1
Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Pada uji normalitas metode P Plot dengan dasar apabila data atau titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka data berdistribusi normal. Berdasarkan dasar tersebut,

maka dapat dilihat pada gambar III.1 hasil dari analisis uji normalitas data disimpulkan berdistribusi normal.

Tabel III.7
Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		119
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5.82984659
	Absolute	.059
Most Extreme Differences	Positive	.044
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.638
Asymp. Sig. (2-tailed)		.810

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan dasar tolak ukur signifikansi sebesar 0.05. Maka hasil uji normalitas yang dapat dilihat pada tabel III.17 disimpulkan berdistribusi normal. Kesimpulan ini diambil karena nilai signifikansi data $0.810 > 0.05$.

2) Uji Linearitas

Uji Linearitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas yaitu Potongan Harga dan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian dengan dasar keputusan pada nilai *Sig. deviation* 0,05.

Tabel III.8
Tabel Anova

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Potongan Harga	(Combined)	3029.199	27	112.193	3.682	.000
	Between Groups	1791.807	1	1791.807	58.799	.000
	Deviation from Linearity	1237.392	26	47.592	1.562	.064
	Within Groups	2773.087	91	30.473		
	Total	5802.286	118			

Sumber; Data diolah oleh peneliti

Hasil Uji Linearitas yang dapat dilihat pada tabel III.8 menunjukkan bahwa nilai Sig. deviation from linearity yang dimiliki berjumlah 0.64. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Karena nilai sig $0.64 > 0.05$.

e. Analisis Regresi Liner Sederhana

Tabel III.19
Tabel Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	43.485	3.121		13.933	.000
	Potongan Harga	.632	.087	.556	7.230	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang dapat dilihat pada tabel III.9. Maka didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y: 43.485 + 0.632X$$

Dengan deskripsi, 43,485 adalah nilai konstanta variabel keputusan pembelian dan 0.632 adalah nilai konstanta variabel potongan harga. Maka disimpulkan bahwa variabel X yaitu potongan harga mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian, dengan perubahan meningkat 1 satuan maka nilai keputusan pembelian berubah senilai 0.632.

f. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, memiliki dua pilihan hipotesa. Yaitu:

- 1) Potongan harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian
- 2) Potongan harga mempengaruhi keputusan pembelian

Menurut Sugiono dalam Kristiawan (2018) Jika nilai Sig > 0,05 maka Potongan harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian diterima, jika nilai Sig < 0,05 maka Potongan harga mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis yang dapat dilihat pada tabel III.19. Diketahui bahwa nilai signifikansi bernilai 0.000 yang dimana lebih kecil dari 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel potongan harga terhadap variabel keputusan pembelian.

g. Koefisiensi Determinasi

Tabel III.10
Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.309	.303	5.855

a. Predictors: (Constant), Potongan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dapat dilihat pada tabel III.10 hasil analisis Koefisiensi determinasi, Nilai Koefisiensi determinasi yang dapat dilihat pada tabel R Square bernilai 0.309 atau bernilai 30.9%. Maka sejumlah 30.9% pada variabel keputusan pembelian berkontribusi terhadap variabel potongan harga.

h. Pembahasan

Setelah melakukan berbagai uji dan analisis menggunakan bantuan *software* pengelolaan data SPSS versi 20 dan Excel 365 terhadap data penelitian pada variabel keputusan pembelian dan potongan harga. Diketahui terdapat pengaruh antara potongan harga dan keputusan pembelian. Hal ini disimpulkan berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana bahwa potongan harga memiliki nilai konstanta 0.632. Pengaruh yang diberikan potongan harga kepada keputusan pembelian bersifat signifikan karena nilai signifikansi yang dimiliki $0.00 < 0.05$, maka dengan dilakukannya program potongan harga oleh TIX.ID dapat berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan.

Hal ini ikut didorong oleh hasil analisis deskriptif terhadap jawaban responden dari pernyataan yang telah diberikan. Dengan hasil 54.4 % setuju

dan sangat setuju terhadap pernyataan dalam variabel potongan harga dan 81.6% setuju dan sangat setuju pada pernyataan variabel keputusan pembelian. Pada penelitian ini variabel potongan harga dapat berkontribusi sejumlah 30.9% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 69.1 % dijelaskan diluar penelitian ini. Menurut Kotler dan Keller dalam Tielung (2017) mengatakan “Perusahaan akan menyesuaikan daftar harganya dan memberikan harga potongan harga, potongan harga (discounts and allowances) untuk pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian di luar musim”

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indri Kartika Dewi dan Andriani Kusumawati (2018) bahwa keputusan pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kontribusi diskon terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 27,5% dengan variabel lain diluar model penelitian ini sebesar 72,5%.