

PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH-BUAHAN IMPOR PADA TOKO NAYLA BUAH BENGKULU

Nada Eriza⁽¹⁾ Taufik Bustami⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Universitas Muhammadiyah Bengkulu

erizanada@gmail.com

ABSTRACT

The aim of the research is to determine the effect of discounts and product quality on purchasing decisions for imported fruit at the Nayla Buah Bengkulu shop. And to find out which factors most dominantly influence purchasing decisions.

This research used quantitative methods on 150 respondents. The population used in this research was consumers of the Bengkulu Nayla Fruit Shop and sampling in this research used a non-probability sampling technique.

Based on the results of multiple linear regression, the regression equation

$Y = 9.496 + 0.466 (X1) + 0.414 (X2)$ is obtained. The research results and hypothesis show that discounts and product quality have a partial or simultaneous positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Discounts, Product Quality and Purchasing Decisions.*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini berkembang dengan ketat dan pesat seiring berkembangnya zaman. Perkembangan ekonomi dapat kita lihat dengan semakin berkembangnya usaha dalam bidang industri, bisnis, jasa dan dagang yang berperan signifikan terhadap laju perekonomian Indonesia. Dengan adanya perkembangan ekonomi yang signifikan, maka mampu memberikan perubahan - perubahan yang berarti bagi masyarakat. Salah satu perubahan yang dapat kita lihat yaitu dengan semakin banyaknya usaha-usaha yang berada di daerah perkotaan maupun perdesaan. Seperti contoh usaha toko buah, dahulu kita hanya bisa membeli buah di supermarket besar dan pasar, akan tetapi sekarang kita mudah menjumpai banyak toko buah di pinggir jalan. Pasar buah saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi buah-buahan bagi kesehatan.

Prospek pengembangan buah-buahan yang ada di Indonesia ternyata terus meningkat, hal ini ditunjukkan dengan semakin meningkatnya jumlah produksi dan potensi pasar yang sangat besar. Data tahun 2019 sampai 2023 menunjukkan bahwa produksi buah-buahan di Indonesia saat ini naik turun setiap tahunnya dan terus mengalami peningkatan secara signifikan. Pada tahun 2020 produksi buah-buahan di Indonesia 13.551.435 ton, sedangkan pada tahun 2021 meningkat menjadi 14.348.456 ton, dan pada tahun 2022 peningkatan produksi buah mencapai 14.786.599 ton, pada tahun 2023 produksi buah-buahan yang ada di Indonesia semakin meningkat dan mencapai angka 17.116.622 ton (Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura 2008;1).

Dengan adanya data yang menunjukkan naik turunnya produksi buah yang ada di Indonesia bisa kita simpulkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini sangat butuh yang

namanya asupan buah-buahan untuk menerapkan hidup sehat dan mencegah berbagai penyakit yang akan datang, dengan adanya pemasaran produksi buah-buahan yang ada di Indonesia maka masyarakat Indonesia dapat membuat laju perekonomian produksi buah-buahan yang baik. Permintaan pertumbuhan buah-buahan impor di kota Bengkulu saat ini telah meningkat seiring dengan pertumbuhan pendapatan dan perubahan gaya hidup masyarakat di kota Bengkulu yang lebih sangat memperhatikan kesehatan. Hal ini sangat menciptakan banyak peluang bisnis yang menarik di sektor pemasaran buah-buahan. Selain buah-buahan local, masyarakat kota Bengkulu kini juga memiliki pilihan buah-buahan impor yang lebih beragam, dan banyak manfaat beberapa jenis buah-buahan impor ini memiliki rasa dan manfaat kesehatan yang berbeda dari buah-buahan lokal lainnya, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen di kota Bengkulu pemasaran buah-buahan impor di kota Bengkulu juga menghadapi persaingan dengan pemasaran buah-buahan import lokal yang sudah mapan.

Karena itu, perlu adanya strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatian konsumen dan bersaing dengan produk lokal lainnya. Selain persaingan dengan produk local, ada beberapa faktor hambatan yang perlu dalam pemasaran buah-buahan impor seperti biaya pengiriman, dan perbedaan cara penanganan untuk buah-buahan impor yang memerlukan perlakuan khusus. Pemasaran buah-buahan impor yang berhasil di kota Bengkulu akan dapat memberi kontribusi yang positif dan akan membuat masyarakat lebih memilih buah-buahan impor yang banyak berpengaruh positif untuk kesehatan. Pelaku usaha harus mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaing lain sehingga dapat menarik minat konsumen untuk sekedar mencoba dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli. Keputusan konsumen dalam memilih produk juga juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi diskon. Konsumen juga memperhatikan penerapan diskon yang diberikan oleh toko tersebut selain itu konsumen juga memperhatikan kualitas produk yang akan dibeli, apakah produk tersebut memiliki kualitas yang baik apabila dikonsumsi tidak bahaya untuk kesehatan.

Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih dengan adanya harapan untuk menghasilkan sebuah keputusan terbaik (Xian, Gou Li, 2011). Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), menyatakan bahwa Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk". Menurut Buchari Alma (2013), menyatakan bahwa "Keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli".

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan untuk melakukan suatu keputusan harus melalui suatu proses tertentu, sama halnya pada pemilihan produk atau diskon mereka akan melaksanakan proses terlebih dahulu mungkin karena mereka tidak ingin menanggung resiko apabila pembelian produk tersebut sehingga mereka perlu pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang penting dalam hal kemajuan perusahaan, karena dengan semakin besar konsumen ingin membeli produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk mendapatkan profit dan pelanggan tetap. Keputusan pembelian tidak hanya dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari segi bisnis, namun juga dengan semakin banyaknya konsumen membeli suatu produk, maka perusahaan tersebut akan dikenal oleh banyak orang dan juga konsumen akan loyal kepada perusahaan tersebut.

Untuk membuat seseorang memutuskan membeli produk yang perusahaan berikan, banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan misalnya dengan memberikan diskon pada produk dan kualitas produk yang baik. Menurut Kotler (2007) diskon merupakan penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan atas reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian, dan pembelian dilur musim. Dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.

Putra (2022) berpendapat bahwa diskon merupakan potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai wujud penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi penjual. Gitosudarmo (2000) diskon adalah harga yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu. Kotler and Armstrong (2008) mendefinisikan diskon merupakan pengurangan harga langsung terhadap suatu pembelian dalam periode tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa diskon adalah pengurangan harga secara langsung terhadap produk tertentu pada periode waktu tertentu, serta pembelian potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli. Pemberian diskon ditetapkan sesuai dengan kebijakan dan tujuan dari masing-masing perusahaan.

Sedangkan Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Lestari & Hasibuan (2021) Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Saat ini, tingkat pendidikan masyarakat dan kemampuan ekonomi masyarakat yang meningkat menyebabkan masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk.

Menurut Armstrong dan Kotler (2015), menyatakan bahwa "*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*", artinya bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memberikan hasil yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Rusydi (2018), menyatakan bahwa: "Kualitas adalah sebuah ukuran suatu produk dalam mencapai tingkat mutu yang sesuai bagi penggunaannya." Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi fisik dan fungsi produk yang baik untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan yang lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Toko Nayla Buah Bengkulu merupakan toko buah-buahan yang berupaya memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis buah-buahan segar baik buah impor maupun lokal. Toko Nayla Buah Bengkulu adalah toko terbesar yang ada di Bengkulu dan sudah

berproses sejak bulan februari tahun 2017 hingga saat ini dan menjadi satu-satunya toko buah yang paling besar dan paling lengkap di kota Bengkulu, yang beralamat di Jalan Dempo Raya Kebun Tebeng Kota Bengkulu.

Tabel 1
Data Penjualan Januari-Februari

Bulan	Total
Januari	Rp. 562.119.000
Februari	Rp. 369.029.000

Sumber: Nayla Buah Bengkulu

Tabel 1 diatas merupakan data penjualan Toko Nayla Buah selama dua bulan terakhir yang mana menunjukkan bahwa pada bulan januari Toko Nayla Buah memperoleh penjualan sebesar Rp. 562.119.000 dan pada bulan Februari Toko Nayla Buah mengalami penurunan penjualan drastis dengan total Rp. 369.029.000.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang sudah peneliti lakukan pada toko dan konsumen Nayla Buah Bengkulu pada tanggal 09 november 2023, Konsumen bernama Elda mengatakan keputusan pembelian pada toko tersebut sudah bagus dan buah yang di jual di sana bagus serta dari segi kerapian dan kebersihan baik membuat konsumen tertarik untuk membeli buah di Toko Nayla Buah. Sedangkan konsumen bernama Rangga menyatakan bahwa keputusan pembelian belum maksimal karena masih ada produk buah yang kurang segar dan ada toping produk salad buah yang kurang menarik dan sering kali stok barang yang sering kosong sehingga mempengaruhi keputusannya dalam membeli produk.

Dari segi diskon dengan melakukan pengamatan dan wawancara terkait permasalahan diskon menurut pemilik Toko Nayla Buah Bengkulu bernama ibu Marsy Hague menyampaikan bahwa setiap hari jum'at, sabtu dan minggu toko tersebut melakukan yang namanya diskon untuk konsumen. Selanjutnya konsumen bernama mega menyampaikan bahwa diskon yang produk pada Toko Nayla Buah sudah baik tetapi ada beberapa produk yang membuatnya kecewa karena diskon hanya sedikit dan kualitas buah yang diskonpun bisa dibbilang sudah tidak segar lagi. Terkait dengan kualitas produk peneliti mewawancarai konsumen Toko

Nayla Buah Bengkulu bernama Nur mengatakan bahwa kualitas produk Toko Nayla Buah Bengkulu baik akan tetapi ada beberapa produk yang sudah mulai busuk dan tidak segar dijual dan diberi diskon agar konsumen tertarik, namun dari segi rasa produk tersebut sangat jelek. Selanjutnya saya melakukan wawancara kepada konsumen bernama Meta beliau mengatakan untuk kualitas produk toko buah nayla Bengkulu kurang bagus karena kualitas buah yang dijual kurang segar dan ada buah yang seharusnya tidak dijual tetapi masih di jual dengan harga yang sama.

Dari hasil observasi dan wawancara di atas peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa diskon dan kualitas produk belum baik sehingga mempengaruhi minat dan keputusan konsumen dalam membeli produk di Toko Buah Nayla Bengkulu.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan Impor Pada Toko Nayla Buah Bengkulu"

METODE

Populasi

Sugiyono (2013) mendefinisikan populasi sebagai suatu wilayah generik yang terdiri dari item-item atau item-item yang memiliki atribut tertentu yang dipilih oleh penelitian untuk diperiksa dan diambil kesimpulannya. penelitian dilakukan dengan maksud untuk menarik kesimpulan. Selain itu, populasi mengacu pada keseluruhan objek-yaitu sekelompok individu, peristiwa, atau item lain yang diperkirakan akan dipelajari-seperti yang didefinisikan oleh Sekar (2011). Populasi dari penelian ini adalah konsumen Toko Nayla Buah kota Bengkulu yang sedang berkunjung atau melakukan pembelian.

Sampel

Menurut Sugiyono (2013:99), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian yang berguna untuk tujuan penelitian populasi dan aspek-aspeknya”. Penelitian jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teori Hair et al, (2009:33) bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ observed variable (indikator) sampai dengan $n \times 10$ observed variable (indikator). Dalam penelitian ini jumlah item indicator sebanyak 15 item indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Sampel= Jumlah indicator (n) = $15 \times 10 = 150$.

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 150 orang sampel, yang dirasa sudah cukup mewakili populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pengunjung Toko Nayla Buah kota Bengkulu

Teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian adalah probability sampling dengan pendekatan simple random sampling dikatakan simple (Sederhana) karena pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono,2014:152).

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar, (Sugiyono, 2013). Pemakaian pengumpulan data ini dimaksudkan untuk mengetahui secara menyeluruh situasi sebenarnya dari objek yang akan diteliti.

Kuesioner

Kuesioner adalah jenis alat penelitian yang terdiri dari beberapa pertanyaan tertulis atau struktur pertanyaan yang dimaksudkan untuk memperoleh data atau informasi dari partisipan. Kuesioner adalah merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Instrumen ini digunakan untuk mengumpulkan tanggapan sistematis dan terstandar dari individu atau kelompok tertentu dalam berbagai situasi penelitian, survei, dan evaluasi.

Selain itu, tanggapan responden dapat dikuantifikasi dan kemudian diberi nilai numerik. Skala Likert digunakan untuk menetapkan skor (Sugiyono, 2013). Tanggapan responden terbagi dalam lima kelompok berbeda berdasarkan teknik skala Likert, yang melibatkan pemberian skor pada setiap item dalam kuesioner yang disebarkan:

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Persepsi Diskon (X_1), Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) pada Toko Nayla Buah kota Bengkulu. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat (Arikunto, 2014).

Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
X_1	= Diskon
X_2	= Kualitas Produk
b_1, b_2	= Besaran koefisien regresi dari masing-masing variable e = eror

HASIL

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Diskon (X_1)

Pada variabel Diskon penilaian dilakukan dengan tiga Indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel diskon dengan indikator Jenis produk yang didiskon (Toko Nayla Buah Bengkulu memberikan diskon untuk berbagai jenis produk) memiliki nilai rata – rata tertinggi yaitu dengan nilai Rata-rata 3.94 dan indikator Besarnya diskon (Toko Nyala Buah Bengkulu selalu memberi potongan harga/diskon yang besar) memiliki nilai rata – rata terendah yaitu dengan 3.51. Hal ini dikarenakan terdapat banyak keluhan yang ditemukan saat observasi, yang mana konsumen menyatakan bahwa kurang besarnya diskon pada Toko Nayla Buah membuat konsumen tidak puas. Variabel Diskon menghasilkan nilai rata – rata sebesar 3.68 yang berada di interval koefisien 3,40 – 4,19 Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Diskon adalah pada kategori Baik.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_2)

Pada variabel Kualitas Produk penilaian dilakukan dengan enam Indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk indikator Estetika (*Aesthetic*) (Saya merasa produk yang dijual Toko Nayla Buah Bengkulu memiliki bentuk yang bagus dan enak dipandang) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.03 dan indikator Daya Tahan (*Durability*) (Saya merasa produk yang dijual Toko Nayla Buah Bengkulu bisa bertahan lebih lama) memiliki rata-rata terendah yaitu 3.47. Hal ini karena kualitas buah yang ada di toko Nayla belum bisa bertahan untuk lebih lama. Variabel kualitas produk (X_2) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.88 yang berada di interval koefisien 3,40 – 4,19 Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel kualitas produk (X_2) dengan kategori baik.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pada variabel Keputusan Pembelian penilaian dilakukan dengan enam Indikator. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian indikator Pilih penyalur (Saya memutuskan berbelanja di Toko Nayla Buah Bengkulu karena sesuai dengan keinginan dan kriteria yang saya butuhkan) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.28 dan indikator Jumlah Pembelian (Saya berbelanja di Toko Nayla Buah Bengkulu bisa 10 kali atau lebih dalam sebulan dan saat berbelanja saya membeli lebih dari satu produk dalam satu kali transaksi) memiliki rata-rata terendah yaitu 3.58. Hal ini karena konsumen tidak 10 kali dalam sebulan melakukann transaksi pada Toko Nayla Buah. Variabel keputusan pembelian (Y) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.04 yang berada di interval koefisien 3,40 – 4,19 Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel keputusan pembelian adalah pada kategori baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (Diskon dan Kualitas Produk) terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nayla Buah Bengkulu. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 25,0 For Windows, maka diperoleh untuk hasol regresi linier berganda sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,496	1,466		6,475	,000
	DISKON	,466	,119	,296	3,925	,000
	KUALITAS PRODUK	,414	,071	,439	5,825	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Output SPSS 25

Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut

:

$$Y = 9.496 + 0.466 (X_1) + 0.414 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta 9.496 mempunyai arti bahwa apabila variabel Diskon (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) sama dengan nol, maka variabel keputusan pembelian akan tetap yaitu 9.496.
2. Koefisien Regresi (X_1), sebesar 0.466 mempunyai makna jika nilai variabel Diskon (X_1), naik satu satuan maka nilai keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0.466 dengan asumsi variabel Diskon (X_1), dianggap tetap.

- Koefisien Regresi (X_2), sebesar 0.414 mempunyai makna jika nilai variabel Kualitas Produk (X_2) naik satu satuan maka nilai keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0.414 dengan asumsi variabel Kualitas Produk (X_2) dianggap tetap.

Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah (X_1), Variabel Diskon (X_1) adalah sebesar 0.466.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel bebas Diskon (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 25,0 didapatkan uji koefisien determinasi sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 3
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,652 ^a	,425	,417	2,28601
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, DISKON				
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN				

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui nilai koefisien determinasi R. Square (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.425 Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel Diskon dan Kualitas Produk terhadap variabel keputusan pembelian memberikan sumbangan sebesar 0.425 atau 42.5% terhadap keputusan pembelian pada Toko Nayla Buah Bengkulu. Sedangkan sisanya sebesar 0.575 atau 57.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini

Pengujian Hipotesis Dengan Uji T

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,496	1,466		6,475	,000
	DISKON	,466	,119	,296	3,925	,000
	KUALITAS PRODUK	,414	,071	,439	5,825	,000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

Sumber: Output SPSS 25

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara jumlah sampel (n) = 150, jumlah variabel (k) = 3, $df = (n-k) = 150 - 3 = 147$ diperoleh $t_{tabel} = 1.65529$. Setiap variabel sebagai berikut:

1. Diskon (X_1) yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.925 > 1.65529$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0.05$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Diskon (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu.
2. Kualitas Produk (X_2) yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.825 > 1.65529$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0.05$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh Diskon (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) maka digunakan uji f. Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 190 dan jumlah parameter (k) adalah 4 sehingga di peroleh, $df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $df2 = n - k = 150 - 3 = 147$. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji F. Hasil uji F sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 5
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	567,240	2	283,620	54,273	,000 ^b
	Residual	768,200	147	5,226		
	Total	1335,440	149			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, DISKON						

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 54.273 dengan nilai F_{tabel} sebesar 2.67 yaitu ($54.273 > 2.67$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0.05$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima artinya secara simultan variabel Diskon (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

PEMBAHASAN

Pengaruh Diskon (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada Kedai Konnichiwa Kota Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 150 orang responden yang telah di uji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Diskon (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu. Dari hasil uji terhadap variabel Diskon menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.925 > 1.65529$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0.05$), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel diskon (X_1) secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Hasil penelitian pada variabel diskon adalah terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Nayla Buah Bengkulu. Artinya apabila Diskon meningkat keputusan pembelian pada Toko Nayla Buah Bengkulu akan meningkat. Hal ini dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa diskon sangat mendukung dalam peningkatan jumlah penjualan dan minat pembelian konsumen atau penarikan pelanggan baru pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Hal ini tergambar dalam penelitian Devi Marta Dwi (2021) bahwa Diskon berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian, sehingga semakin baik Diskon yang diterima oleh responden maka semakin cepat responden melakukan proses keputusan pembelian sebuah produk.

Pengaruh Kualitas Produk (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada Kedai Konnichiwa Kota Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 150 orang responden yang telah di uji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Kualitas Produk (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Dari hasil uji terhadap variabel Kualitas Produk menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.825 > 1.65529$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.05$) hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel kualitas produk (X₂) secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Hasil penelitian pada variabel kualitas produk adalah terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Nayla Buah Bengkulu. Artinya apabila kualitas produk meningkat keputusan pembelian pada Toko Nayla Buah Bengkulu akan meningkat. Hal ini dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa kualitas produk sangat mendukung dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, kepuasan konsumen, dan reputasi toko pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Hal ini tergambar dalam penelitian Yogi Nurfauzi, dkk (2023) bahwa kualitas produk positif terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin baik kualitas produk yang diterima oleh responden maka semakin cepat responden melakukan proses keputusan pembelian sebuah produk.

Pengaruh Diskon (X₁) dan Kualitas produk (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada konsumen Toko Nayla Buah Bengkulu melalui penyebaran kuesioner terhadap 150 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Diskon (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Diskon (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), hal ini terlihat pada uji F yang menyatakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($54.273 > 2.67$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.05$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima artinya secara bersamaan variabel Diskon (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa diskon dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari Koefisien Korelasi dan Determinasi R Square bahwa penelitian ini mempunyai nilai pengaruh sebesar $R = 0.652$ dan determinasi $R^2 = 0.425$ atau 42.5% dimana dalam penelitian ini ada variabel yang tidak diteliti sebesar 0.575 atau 57.5%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Diskon (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nayla Buah Bengkulu. dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji terhadap variabel Diskon, hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel Diskon (X_1) secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu. Hal ini menggambarkan bahwa Diskon yang baik pada Toko Nayla Buah Bengkulu dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Dari hasil uji terhadap variabel Kualitas Produk, hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas Produk yang baik pada toko Nayla Buah Bengkulu dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Secara bersama-sama Diskon (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Nayla Buah Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *Seiko : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503.
- Alghifari, A.f., dan Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 223–236.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chaniago, Sabaruddin. Ginting, B. Mahyudin. Novirsari, E. (2021). Keputusan Pembelian Pengguna Ovo Ditinjau Dari Kemudahan, Price Discount Dan Kepuasan (Nomor April 2022).
- Dwi, D. M., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8–19.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Ghozali (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23. Edisi Ke 8.
- Kotler. Armstrong. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13). Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Lestari, A., & Hasibuan, M. Z. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Mulia Garden (Studi Kasus Perumahan Subsidi Mulia Garden Desa Naga Rejo). *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 46–56.
- M. Puspitasari, D., & Herdian, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, diskon harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(6), 2723–2730.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
- Nurhalimah, A., & Bustami, T. (2023). The Effect Of Information Quality And Trust In Purchasing Decisions On The Lazada Marketplace (Case Study in Students of the Faculty of Economics and Business Journal of Indonesian Management 3(2), 163–170. 8
- Othaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food Di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521–528.
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1–10.
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2022). Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi*, 38(2), 184–193.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26– 33.
- Sentral, B., & Tasikmalaya, J. (2023). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian situasi persaingan yang sama dan memerlukan strategi untuk mengatasi permasalahan kenaikan. 1(3), 304–317.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen*

- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Themba, O. S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & ...)*, 5(3), 925–932.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669
- Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Diskon , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 321–37