

PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI BANJARMASIN)

Eva Maulinda¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Hj. Risnawati³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 18.31.1017

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1119056501

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 0006037001

Email : evamaulinda92@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) pengaruh signifikan Diskon terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee, (2) pengaruh signifikan Promosi terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee (3) pengaruh signifikan Diskon dan promosi, terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee Studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan tahun 2018 Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin yang pernah menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja secara online. Teknik yang digunakan adalah non-probability sampling dengan pendekatan random sampling melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linie r berganda, koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Diskon dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel Promosi berpengaruh signifikan sedangkan variabel Diskon tidak berpengaruh secara parsial.

Kata Kunci : Diskon, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) the significant effect of Discounts on purchasing decisions on Shopee application users, (2) significant effect of Promotion on purchasing decisions on Shopee application users (3) significant influence of discounts and promotions, on purchasing decisions on Shopee application users. the case of a student at the Islamic University of Borneo Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.

The method used is a quantitative method. The population used in this study were students of the Faculty of Economics, Department of Management, 2018 Islamic University Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin who had used the Shopee application to shop online. The technique used is non-probability sampling with a random sampling approach

through the distribution of questionnaires. The data analysis technique in this study is the classical assumption test, multiple linear regression, the coefficient of determination.

The results showed that the Discount and Promotion variables simultaneously had a significant effect on purchasing decisions. Partially, the Promotion variable has a significant effect, while the Discount variable has no partial effect

Keywords: Discount, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Adi Sukma. 2012."Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites". Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Annur, Chindy Mutia. (2019). Inilah E-Commerce Paling Populer di Asia Tenggara Menurut Riset iPrice, diambil 3 maret 2020 dari <https://katadata.co.id/happyfajrian/digital/5e9a4c4bef9cb/inilah-e-commerce-paling-populer-di-asia-tenggara-menurut-riset-iprice>
- Armstrong, dan Kotler 2003, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia:Jakarta
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Basu Swastha dan Irawan, (2000), Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.
- Bilson Simamora. 2008, Riset Pemasaran, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Chen, S. C. & Dhillon, G. S. 2003. Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, Information Technology and Management, 4.
- Fraenkel, Jack. R., and Norman E. Wallen. 2012. How to Design and Evaluate Research in Education 8th Edition. Boston: McGraw-Hill Higher
- Ghozali, Imam, 2009, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Vol.100-125. Education. Edition, 14 Edition, Pearson Education
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayani, Dwi Hadya. (2019). Berapa

Pengguna Internet di Indonesia, diambil 3 maret 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>

Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*. Jakarta : Prehullizdo.

Kotler, Phillip dan Gary Amstrong, 2004, *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*: PT. Index, Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller K Lane, (2006). *Manajemen Pemasaran, Jakarta: Ghalia .Indonesia*

Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Keduabelas*, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Leeraphong, A., and A. Mardjo. 2013. *Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand*. *Journal of Economics, Business and Management*. Vol. 1 No. 4

Rousseau, D.M., Sitkin, B., Burt, R.S., Camerer, C. (1998). "Not So Different After All: a Cross-Discipline View of Trust". *Acad. Manage. Review*, VI.23, 393, 404.

Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT ElexMedia Komputindo.

Santoso, Singgih.. 2001. *SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Santoso, Singgih.. 2003. *Mengatasi Berbagai Masalah dengan SPSS Versi 12*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*.

Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Suharno. 2010. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: UNY Press.

Suwarda, Thomas Harming. (2019). *Shopee Paling Diminati Pengguna Aplikasi E-commerce di Indonesia* diambil 3 maret 2020 dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/275869-shopee-paling-diminati-pengguna-aplikasi-e-commerce-di-indonesia>

Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Swastha, Basu dan T. hani Handoko. 2001. *Analisis Perilaku Konsumen*.

Edisi Keempat.

Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*.

Yogyakarta: Liberty.

