

# ANALISIS PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN PADA SEGMENTASI KONSUMEN RUNNERS DAN CYCLERS DI KEDAI KOPI MAE BANJARMASIN

Muhammad Teguh Nuryadin<sup>1)</sup>, Riswan Yunida<sup>2)</sup>

email: teguhnuryadin@poliban.ac.id, riswanyunida@poliban.ac.id

(1,2) Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

## Ringkasan

Kedai kopi merupakan salah satu tempat yang populer untuk menghabiskan waktu luang dan menjalin hubungan sosial dengan teman atau keluarga. Kedai kopi MAE Banjarmasin terletak di pusat kota Banjarmasin dan menjadi salah satu kedai kopi yang populer di kota tersebut. Toko Kopi MAE, yang terletak di Jl. A. Yani Km. 5,8 No.98, Pemurus Luar, Kec. Banjarmasin Timur, Banjarmasin. Dalam strategi menarik minat konsumen Toko Kopi MAE melakukan strategi diskon untuk segmentasi konsumen runners dan cyclers yang saat ini trending di Masyarakat Kota Banjarmasin serta memperkuat kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumennya. Dengan memaksimalkan dua variable tersebut diharapkan akan mampu menarik minat konsumen dengan intensitas persaingan industri kedai kopi yang sudah sangat menjamur di Kota Banjarmasin. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh secara simultan dan parsial dari strategi diskon dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada segmentasi konsumen Runners dan Cyclers di Kedai Kopi MAE Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda menggunakan software SPSS for Windows dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari strategi diskon dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada segmentasi konsumen runners dan cyclers di Kedai Kopi MAE Banjarmasin. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari strategi diskon terhadap keputusan pembelian pada segmentasi konsumen runners dan cyclers di Kedai Kopi MAE Banjarmasin dan terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada segmentasi konsumen runners dan cyclers di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.

**Kata Kunci :** Diskon, Kualitas Produk, keputusan pembelian.

## 1. PENDAHULUAN

Pada era kompetisi yang begitu ketat pada saat ini jumlah produk dan merek baik dagang maupun jasa yang bersaing menjadi sangat banyak. Salah satu nya adalah bisnis kedai kopi atau *coffe shop*. Semakin banyak *coffe shop* yang buka salah satu nya di kota Banjarmasin, membuktikan bahwa penggemar minuman ini semakin bertambah tidak pandang umur dari yang tua maupun yang muda. Tidak bisa dipungkiri lagi kegiatan nongkrong di *coffe shop* pun sudah menjadi *lifestyle* kalangan masyarakat. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti *coffe shop* yang ada di Banjarmasin yaitu Kedai Kopi MAE Banjarmasin yang terletak di Jl. A. Yani Km. 5,8 No. 98, Pemurus Luar, Kec. Banjarmasin Timur. Hal yang membuat tertarik adalah Kedai Kopi MAE ini mempunyai program diskon 10% setiap hari khusus untuk pesepeda dan pelari atau *runners and cyclers* dengan adanya diskon ini Toko Kopi MAE Banjarmasin juga tetap membuat kualitas yang terbaik. Berdasarkan teori menurut Tjiptono (2008) Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan dari penjual. Dan menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pasar. Dengan memaksimalkan dua variable tersebut diharapkan akan mampu menarik minat konsumen dengan intensitas persaingan industri kedai kopi yang sudah sangat menjamur di Kota Banjarmasin

## 2. KAJIAN PUSTAKA

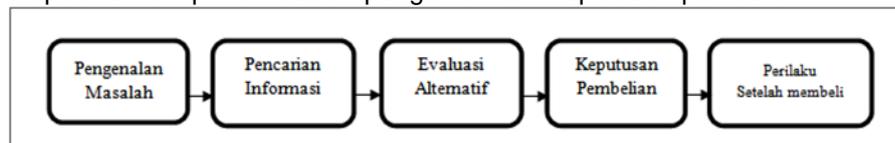
Menurut Tjiptono, diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

### Macam-macam Diskon

1. Diskon tunai adalah potongan harga bagi pembeli yang membayar langsung
2. Diskon musim adalah Potongan harga yang melakukan pembelian diluar musim atau di hari besar.
3. Potongan Harga adalah potongan harga yang diberikan kepada konsumen dari harga resmi yang tertera.

Sedangkan Kualitas produk Menurut Kotler (2005) dalam buku perilaku konsumen karya Etta Mamang Sangadji merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Keputusan Pembelian menurut Peter dan Oslon (2013) pemilihan dari dua atau lebih suatu alternatif yang didasari oleh sebuah proses penggabungan informasi dan pengetahuan sebagai bahan evaluasi beberapa alternatif pilihan adalah pengertian dari keputusan pembelian.

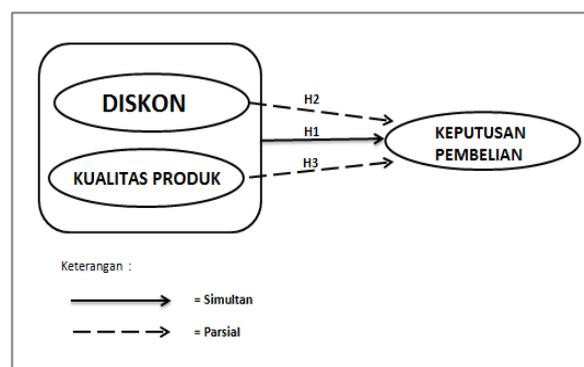


Gambar 1 Model Lima Tahap Pembelian Konsumen

## 3. METODE PENELITIAN

Adapun jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan statistic dengan software SPSS dan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang mana responden tersebut khusus konsumen *runners and cyclers* pada Toko Kopi MAE Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan dari diskon dan kualitas produk untuk keputusan pembelian terhadap konsumen *runners and cyclers* pada Kedai Kopi MAE Banjarmasin. Teknik analisis data menggunakan uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

(kerangka konseptual)



Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validasi dan Reliabilitas

Berdasarkan Tabel 1, nilai r seluruh variabel  $\geq 0,30$  dan nilai signifikan dari keseluruhan instrument berada di bawah 0,05 hal ini dapat dikatakan bahwa seluruh instrument adalah valid. Dan nilai koefisien *alpha* dari seluruh variabel  $\geq 0,60$ , berarti seluruh instrument ini dapat dipercaya keandalannya. Dapat disimpulkan variabel penelitian yang digunakan valid dan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan Tabel 2, Nilai VIF tidak ada yang mendekati angka 5 dan nilai toleransi semua variabel  $>0,10$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini.

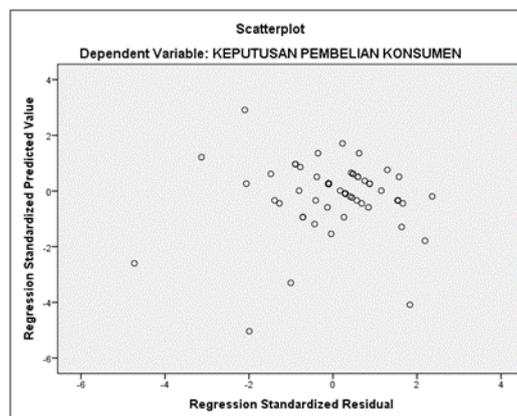
Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Diskon (X1)	0,397	2,520	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Produk (X2)	0,397	2,520	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Hasil olahan data primer (2021)

### Uji Heterokedastisitas

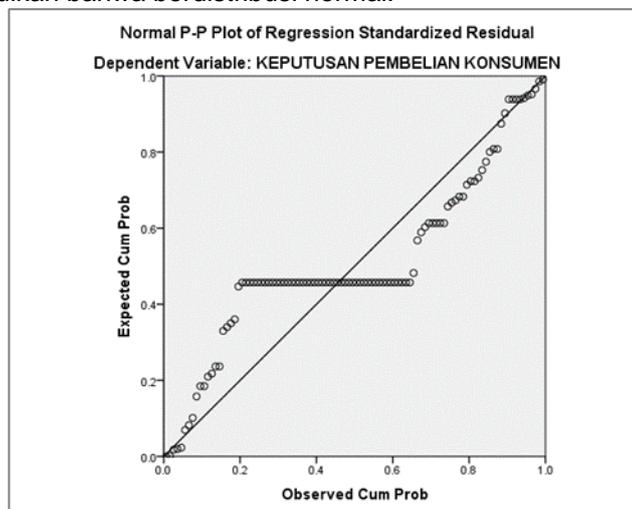
Terlihat titik menyebar secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu, tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

### Uji Normalitas

Terlihat titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, dapat disimpulkan bahwa berdistribusi normal.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

### Hipotesis

H1: Diskon dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.  
 H2 Diskon secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.  
 H3 Kualitas Produk secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.

### Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan Tabel 3, diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $62,18 < F_{tabel}$  3,09 dengan nilai signifikans 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa Diskon dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.

Tabel 3. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig	r partial	r <sup>2</sup> partial
Keputusan Pembelian (Y)	Diskon(X1)	0,404	4,243	0,000	0,396	0,156
	Kualitas Produk (X2)	0,284	3,201	0,002	0,309	0,095
Konstanta	3,966		F hitung			62,18
R	0,750 <sup>a</sup>		Sig F			0,000 <sup>b</sup>
R Square	0,562		F tabel			3,09
Adjusted R Square	0,553		t tabel			1,66
			SEE			1,022

Sumber : Hasil olahan data primer (2021)

### Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan Tabel 4, Variabel Diskon diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 424,3 <  $t_{tabel}$  1,66. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel diskon berpengaruh secara signifikan keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.

Tabel 4. Rangkuman Nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$

Variabel Bebas	T <sub>hitung</sub>	Sig	T <sub>tabel</sub>	Keterangan	R <sub>parsial</sub>	R <sub>parsial</sub> <sup>2</sup>	Signifikan atau Tidak
Diskon (X1)	4,243	0,000	1,66	T <sub>hitung</sub> > T <sub>tabel</sub>	0,396	0,156	Signifikan
Kualitas Produk (X2)	3,201	0,002	1,66	T <sub>hitung</sub> > T <sub>tabel</sub>	0,309	0,095	Signifikan

Sumber: Hasil olahan data primer (2021)

Nilai  $r^2$  variabel diskon sebesar 0,156 atau 1,56% yang berarti dimensi ini memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin

### Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan Tabel 4, Variabel Kualitas Produk diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,201 < t_{tabel}$  1,66. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin Nilai  $r^2$  variabel diskon sebesar 0,095 atau 9,5% yang berarti dimensi ini memberikan kontribusi keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel diskon dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar ( $62,18 < F_{tabel}$  3,09) dan nilai signifikans ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Variabel diskon berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin dengan nilai  $r^2$  variabel diskon sebesar 0,156 atau 1,56%.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin dengan nilai  $r^2$  variabel  $r^2$  variabel kualitas produk sebesar 0,095 atau 9,5%.

### Saran

1. Sebaiknya Kedai Kopi MAE Banjarmasin mempertahankan dan meningkatkan Diskon dan Kualitas Produk yang memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.
2. Sebaiknya Toko Kopi MAE Banjarmasin mempertahankan dan meningkatkan lagi variable Diskon yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen *Runners* dan *Cyclers* di Kedai Kopi MAE Banjarmasin.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

1. Abderahman, K. F. 2020. pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab-Food Indonesia (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Kota Malang yang Menggunakan Aplikasi Grab-Food). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
2. Alfin, A. 2021. Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543-1552
3. Antoni, M. Z., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Service Merek Indihome : Studi kasus pada masyarakat Kelurahan Seketeng Kabupaten Sumbawa. *Journal of Accounting, Finance, and Auditing*, 3(1), 1-16.
4. Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. 2021. Peluang Bisnis di Era Covid-19. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 6(02).
5. Dewi, Indri Kartika dan Andriani Kusumawati. 2018. *Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka*. Malang: Universitas Brawijaya.
6. Harnady, F. A., Wahono, B., & Asiyah, S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PadaToko Prabujaya Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(08).
7. Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 524-537.
8. Nggaur, Dionisius Apecilus. 2018. *Pengaruh Harga, Suasana Café, dan Kualitas Pelayanan, terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator pada Café Bjongngopi Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharm
9. Putra, Endhar Widjaya. 2016. *Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Study pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang*. Malang: Universitas Brawijaya.