

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BUKU TOGAMAS BALI

Oleh:
Anak Agung Mirah Nari Ratih

ARTICLE INFO

Article history:

Received

Revised

Accepted

*Keywords: price, promotion,
purchase decision. Kata*

Kata Kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of price and promotion partially on purchasing decisions at the Togamas Bali Bookstore. The number of samples taken in this study were 99 people consisting of consumers who bought books.

Furthermore, data analysis using quantitative analysis consists of multiple linear regression analysis. The value of the price variable determination coefficient is 24% and the price variable regression coefficient is 0.425. The results of the calculation of the value of $t = (5.240 > 1.985)$ which means that H_0 is rejected and H_a is accepted. So that the decision is that there is a positive and significant influence between the price of the purchase decision at the Togamas Bali Bookstore. Promotional variables also affect the purchase decision with a variable coefficient of determination of 24% promotion

And the coefficient of determination of the promotion variable is 0.497. The results of the calculation of the value of $t = (6.123 > 1.985)$ which means. H_0 is rejected and H_a is accepted. So the decision is that there is a positive and significant influence between price and promotion of purchasing decisions at the Togamas Bali Bookstore.

ABSTRAK

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Buku Togamas Bali. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 99 orang yang terdiri dari konsumen yang membeli buku.

Selanjutnya data analisis menggunakan analisis kuantitatif terdiri dari analisis regresi linier berganda. Nilai koefisien determinasi variabel harga sebesar 24% dan koefisien regresi variabel harga sebesar 0,425. Hasil perhitungan nilai $t = (5,240 > 1,985)$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga

keputusannya adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali. Variabel promosi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi variabel promosi sebesar 24%

Dan koefisien determinasi variabel promosi sebesar 0,497. Hasil perhitungan nilai $t = (6,123 > 1,985)$ yang artinya. H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga keputusannya adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali.

I. PENDAHULUAN

Dizaman yang sangat cepat dan tanggap akan teknologi ini, masyarakat sangat di haruskan banyak mengetahui informasi yang sesuai dengan perkembangan zaman. Sehingga diharapkan masyarakat memiliki informasi dan pengetahuan yang cukup di zaman yang semakin berkembang dan modern ini. Buku adalah alat pengetahuan yang sangat berperan dalam meningkatkan intelegensi setiap individu. Buku memiliki peranan yang sangat penting dalam setiap detik kehidupan manusia. Karena buku, individu dapat melakukan atau dapat mengetahui apa yang belum diketahui. Buku adalah salah satu alat bagi individu dalam meningkatkan kemampuan aktivitas atau cara berfikir. Oleh karena itu, peranan buku sangat penting disetiap detik kehidupan manusia. Siapa yang ingin berkembang atau bereksplorasi akan pengetahuan yang dimiliki, buku adalah salah satu jawabannya. Ini disebabkan buku merupakan salah satu media informasi yang sangat berperan aktif dengan ilmu pengetahuan masyarakat. Banyak buku yang dapat memberikan pengetahuan yang cukup bagi individu.

Salah satu toko buku yang sering dikunjungi adalah Toko Buku Togamas Bali. Dimana Toko Buku Togamas yang berpusat di Malang. Toko Buku Togamas sudah memiliki umur 29 tahun dan memiliki 27 cabang yaitu di daerah Jawa dan Bali. Sedangkan Toko Buku Togamas Bali yang berada di Jalan Hayam Wuruk No 175, Denpasar. Bila dibandingkan dengan toko buku lainnya. Toko Buku Togamas memiliki keunikan tersendiri, dimana interiornya dan konsep tokonya berbeda dengan toko lainnya. Toko ini memiliki penyimpanan tas sebelum pintu masuk untuk menciptakan keamanan dan kenyamanan pelanggan, memiliki tatanan tempat buku yang menarik, disediakan kursi kecil bagi pelanggan yang beristirahat atau dalam memilih buku mana yang akan mereka beli. Buku-buku yang ada di Toko Togamas Bali merupakan buku-buku yang sesuai dengan perkembangan zaman. Mulai dari buku pengetahuan sampai pada buku religious, seperti : Koran, tabloit, majalah, komik, novel, buku anak-anak, buku anak dewasa, buku motivasi, buku biografi, buku agama dan buku pengetahuan lainnya seperti buku pelajaran SD, SMP, SMA,

Kuliah, ataupun buku umum lainnya. Namun toko buku yang paling banyak peminat di toko ini adalah buku jenis komik, buku ekonomi dan buku jenis hukum.

Alasan peneliti menjadikan ketiga jenis buku tersebut jadi sampel penelitian karena pada saat berkunjung ke Toko Buku Togamas Bali, peminat akan ketiga jenis buku tersebut sangat banyak. Namun dilihat dari tabel penjualan diatas terlihat bahwa jumlah penjualan pada tahun 2018 mengalami penurunan dibandingkan penjualan 2017.

Ketatnya perrsaingan dalam usaha toko buku saat ini dan kecanggihan *teknologi*, membuat para pemilikusah bersaing dalam berbagai hal, guna merebut pangsa pasar ataupun menciptakan peluang pasar yng baru untuk meningkatkan penjualan. Selain pengaruh harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, promosi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam membeli produk.

II. METODE PENELITIAN

Adapun metode yang digunakan untuk penentuan sampel dalam penelitian ini adalah teknik accidental sampling. Teknik accidental sampling adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan pengunjung datang untuk membeli buku, dimana kuisisioner dibagikan kepada pngunjung yang ada dan telah membeli buku di Toko Buku Togamas Bali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 orang,. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Setiap jawaban kuesioner mempunyai bobot atau skor

nilai dengan skala *Likert* sebagai berikut: sangat setuju (SS) dengan skor 5, setuju (S) dengan skor 4, netral (N) dengan skor 3, tidak setuju (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu analisis statistik inferensial, terdiri dari: uji validitas dan realibilitas, analisis regresi linier berganda, analisis uji determinasi, dan t -test.

III. HASIL PENELITIAN

Uji Validitas Instrumen Penelitian.

Tingkat validitas instrument dapat dilihat dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (*Pearson Correlation*) instrumen dengan nilai R tabel.

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	.726**	.525**	.515**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	.726**	1	.390**	.604**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	.525**	.390**	1	.602**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	.515**	.604**	.602**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Harga	Pearson Correlation	.840**	.823**	.777**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Promosi
X2.1	Pearson Correlation	1	.602**	.391*	.511**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.602**	1	.562*	.523**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.391**	.562**	1	.537**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	.511**	.523**	.537*	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Promosi	Pearson Correlation	.788**	.850**	.766*	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.4, menunjukkan bahwa semua instrumen nilai koefisien korelasinya berada di atas 0,30. Hal tersebut berarti semua instrumen yang dipergunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner hasilnya adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	4

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.6 didapat perhitungan masing-masing variabel nilai *Cronbach's Alpha*nya lebih besar dari 0,60. Hal tersebut berarti semua instrumen sudah *reliable* dan penelitian dapat dilanjutkan

Analisis Regresi Linier Berganda
 Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber : Olah data SPSS *version 21.0 for*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Partial
(Constant)	.444	.945		.469	.640			
Harga	.424	.081	.425	5.240	.000	.817	.472	.262
Promosi	.538	.088	.497	6.123	.000	.832	.530	.306

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian windows, tahun 2019

Variabel Harga (X1)

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai thitung sebesar 5,240. Sedangkan nilai ttabel menggunakan tabel t dengan α (level of significant) = 0,005 dan df (degree of freedom) = $n - 3, 99 - 3 = 96$ sehingga didapatkan nilai ttabel sebesar 1,985. Hasil menunjukkan thitung > ttabel ($5,240 > 1,985$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga keputusannya adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali.

Variabel Promosi (X2)

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai thitung sebesar 6.123. Sedangkan nilai ttabel dihitung menggunakan tabel t dengan α (level of significant) = 0,05 dan df (degree of freedom) = $n - 3, 99 - 3 = 96$ sehingga didapatkan nilai ttabel sebesar 1,985. Hasil menunjukkan bahwa thitung > ttabel ($6.123 > 1,985$) yang artinya. H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga keputusannya adalah terdapat pengaruh yang positif

dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali.

Analisis Determinasi

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5
Tabel Model Summary
4 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.872 ^a	.760	.755

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber : Olah data SPSS version 21.0 for windows, tahun 2019

Besarnya nilai *R square* adalah sebesar 0,760 yang artinya sebesar 76 persen variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan promosi, sedangkan sisanya sebesar 24 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Analisis Uji t-test

Hasil uji hipotesis menggunakan uji statistik t (*t*-test) dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Signifikansi Parsial (*t*-test)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error				Beta	Zero order	Partial
1	(Constant)	.444	.945		.469	.640			
	Harga	.424	.081	.425	5.240	.000	.832	.530	.306
	Promosi	.538	.088	.497	6.123	.000			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber : Olah data SPSS version 21.0 for windows, tahun 2019

Variabel Harga (X1)

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai thitung sebesar 5,240. Sedangkan nilai

ttabel menggunakan tabel t dengan α (level of significant) = 0,005 dan df (degree of freedom) = $n - 3,99 - 3 = 96$ sehingga didapatkan nilai ttabel sebesar 1,985. Hasil menunjukkan thitung > ttabel (5,240 > 1,985) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga keputusannya adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali.

Variabel Promosi (X2)

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai thitung sebesar 6.123. Sedangkan nilai ttabel dihitung menggunakan tabel t dengan α (level of significant) = 0,05 dan df (degree of freedom) = $n - 3,99 - 3 = 96$ sehingga didapatkan nilai ttabel sebesar 1,985. Hasil menunjukkan bahwa thitung > ttabel (6.123 > 1,985) yang artinya. H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga keputusannya adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang sudah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai

- Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali.
- Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas Bali.

Saran

Berdasarkan hasil indikator pertama maka Saran yang dapat diberikan

berdasarkan hasil penelitian yaitu sebagai berikut: dari variabel harga yaitu perlu adanya diadakan bazar buku keliling dengan harga yang menarik buat konsumen dalam pembelian buku, dengan adanya bazar buku keliling konsumen minat tinggi dalam pembelian buku dengan harga yang menjangkau dengan itu dapat meningkatkan penjualan perusahaan untuk kemajuan perusahaan dan untuk jangka waktu yang panjang

Berdasarkan hasil indikator kedua dari variabel promosi perlu ditingkatkan, misalnya ke sekolah-sekolah dengan cara itu khususnya dikalangan anak muda, toko buku Togamas Bali lebih dikenal..

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane. 2004. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurwan Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Indonesia: PT INDEKS Kelompok GRAMEDIA.
- Lamb, Hair, dan McDaniel.2001. *Pemasaran*, Buku 1. Penerjemah David Octarevia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Swasta, Basudan Handoko, T. Hani.2000. *Manajemen Barang dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002.*Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Penerbit. Andy.Yogyakarta.
- Sangdiji.,dan Sopiah.2013.*Perilaku Konsumen*.Yogyakarta:ANDI.
- Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D)*.Bandung: Alfa Beta.
- EunikeVerina, EdyYulianto, WasiaA. Latief. 2014, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaringan Sosial Facebook (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia).
- Endang Tri Wahyurini. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Teri Krispi Di Kabupaten Pamerkas Madura.
- Mujiyana, Ingge Elissa (2013) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

Pembelian Via Internet Pada
Toko Online.

Hikmayanti Huwaida, Sri Imelda,
Rofi'i. 2016, Analisis Faktor-

Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Telepon Genggam.