

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani

Sudarwati

Siti Maryam

Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta

Email: nunungindri05@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara variabel Diskon Harga, Keberagaman Produk dan Kepercayaan Merk terhadap Minat Beli Konsumen. Selain itu juga untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dan variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah lebih dari 100 konsumen, dan sample yang digunakan berjumlah 100, dimana teknik samplingnya mempergunakan purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data: observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji linier berganda.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : 1) Ada pengaruh Diskon Harga, Keberagaman Produk, dan Kepercayaan Merk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta, 2) Ada pengaruh Diskon Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta 3) Ada pengaruh Keberagaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta, 4) Ada pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Kata kunci : Minat Beli Konsumen, Diskon Harga, Keberagaman Produk, dan Kepercayaan Merek

ABSTRCK

The purpose of this study is to determine whether there is a significant influence between the variable Discount Price, Product Diversity and Brand Confidence on Consumer Purchase Interest. In addition, it is also to find out whether there is a significant simultaneous effect and which variable is the most dominant in influencing Consumer Purchase Interest in the So Clin Brand of Surakarta Kestalan Floor

The method used is quantitative descriptive method. The population in this study amounted to more than 100 consumers, and the number of samples used was 100, where the sampling technique used purposive sampling. The data used are primary data and secondary data with data collection techniques: observation, questionnaire, interview, and documentation. Data analysis techniques in this study used multiple linear tests.

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

The results of the study can be concluded that: The results of the study can be concluded that: 1) There is an influence of Price Discounts, Product Diversity, and Brand Confidence simultaneously influence the Consumer Purchase Interest in the So Clin Brand of Surakarta Kestalan Luwes Floor, 2) There is the effect of Price Discounts on Purchase Interest Consumers in the So Clin Brand of Surakarta Kestalan Floor3) There is an influence of product Diversity on Consumer Purchase Interest in the So Clin Brand of Surakarta Kestalan Luwes Floor 4) There is an influence of brand Trust on Consumer Purchase Interest in the So Clin Brand of Surakarta Kestalan Luwes Floor

Keywords: Consumer Buy Interest, Discount Price, Product Diversity, and Brand Trust

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian semakin maju, terlebih pada masa globalisasi seperti sekarang ini di mana perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat, sebagai akibatnya mendorong timbul laju persaingan dalam dunia usaha, sehingga masyarakat semakin kritis dalam menyeleksi informasi-informasi yang diterima. Semakin meningkatnya taraf hidup masyarakat dan berkembangnya jaman yang kemudian mempengaruhi banyak hal seperti kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Keadaan ini menjadi tantangan bagi perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perubahan yang cepat dan dinamis (Hardja Verawati, 2017).

Menurut Setiadi (2013) minat beli di bentuk dari sikap konsumen terhadap produk yang terdiri dari kepercayaan terhadap merek dan evaluasi merek, terdapat dua tahap sehingga muncul minat untuk membeli, yaitu tahap kepercayaan terhadap produk yang diinginkan, dan kemampuan untuk membeli produk.

Menurut Roring *et al* (2017) menyatakan bahwa diskon harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen. Diskon harga salah satu bentuk dari promosi penjualan yang sering diterapkan oleh pemasar yang lebih ditujukan kepada konsumen untuk menarik minat beli.

Menurut Fure Hendra (2013) menyatakan bahwa Keanekaragaman produk mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen. Keanekaragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

tertentu kepada pembeli. Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan

Penelitian (Astuti, 2016) Kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Kepercayaan konsumen pada merek (brand trust) didefinisikan sebagai keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif, dengan demikian merek yang dirasa aman membuat konsumen merasa nyaman dan terhindar dari resiko yang ada dalam mengkonsumsi produk tersebut

Luwes Kestalan Surakarta merupakan salah satu usaha ritel yang berkembang di daerah Surakarta. Luwes Kestalan Surakarta adalah suatu bentuk usaha yang bergerak di bidang perdagangan eceran sejak tahun 1991 dan menjadi salah satu anggota dari Group Luwes yang berkembang di Surakarta maupun luar Surakarta. Luwes Kestalan Surakarta memiliki segmentasi pemasaran yang ditujukan untuk kalangan bawah dan menengah dalam memenuhi kebutuhan maupun sekedar untuk jalan-jalan

PT Wings Grup sebagai produsen dari pewangi dan pembersih lantai So Klin lantai, melakukan strategi dengan memproduksi So Klin lantai dalam berbagai varian untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam, maupun melakukan strategi potongan harga untuk mendorong konsumen melakukan pembelian atas produknya yang pada akhirnya akan meningkatkan pangsa pasar produk So Klin Lantai tersebut (Hardja Verawati, 2017)

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

Berdasar pada uraian di atas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “**Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta)**”

LANDASAN TEORI

A. Minat Beli

Rofiqo (2014) minat beli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan.

B. Diskon harga

Discount atau potongan harga merupakan salah satu bentuk dari promosi penjualan yang sering diterapkan oleh pemasar yang lebih ditujukan kepada konsumen akhir. Diskon adalah pengurangan langsung dalam harga pembelian selama periode waktu yang ditetapkan (Kotler dan Amstrong 2012:343).

C. Keragaman Produk

Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Rofiqo, 2014).

D. Kepercayaan Merek

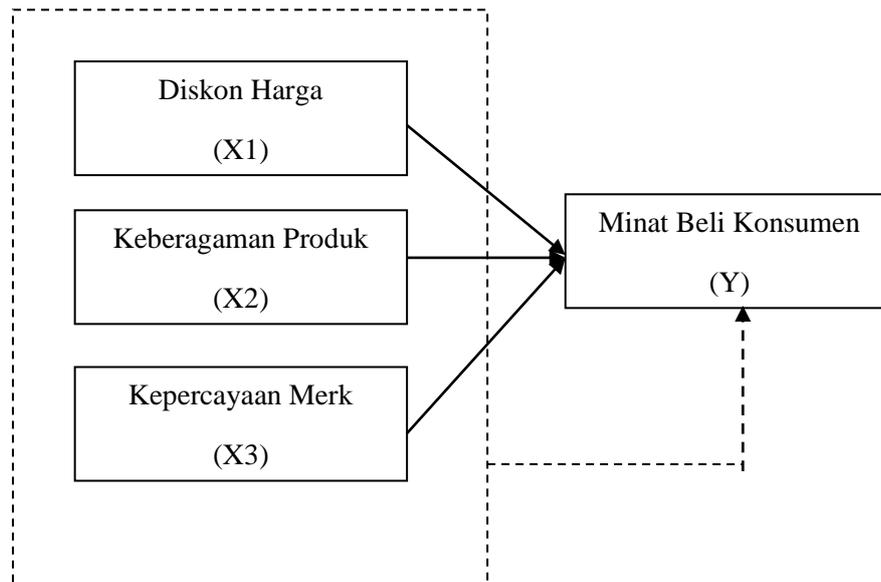
Kepercayaan merek adalah persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan (Belopa,2015)

E. Kerangka Pemikiran



METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana perhitungan dengan angka-angka diperkirakan lebih obyektif karena untuk menentukan kesimpulan yang akan diperoleh, penelitian merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Obyek penelitian ini adalah konsumen pengguna merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta. Populasi dalam penelitian berjumlah 400. Sample yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 diambil dari semua populasi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* pada pengambilan sampel, merupakan pengambilan sampel berdasarkan kriteria dan syarat tertentu serta harus mewakili populasi yang akan diteliti. Metode regresi linier berganda yang berfungsi untuk menentukan apakah variabel-variabel bebas dalam

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

penelitian ini mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dan didukung uji F dan uji t untuk mengetahui secara simultan dan parsial berpengaruh antara variabel bebas terhadap variabel bebas terhadap variabel terikat

HASIL DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Uji Regresil Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresil Linier Berganda

Model	Unstandarized Coeficients		Standarized Coeficients	T	Sig.
	B	std.error	Beta		
1 (Constant)	0,432	1,918		0,255	0,822
Diskon Harga	0,300	1,100	0,283	2,995	0,003
Keberagaman Produk	0,369	1,103	0,324	3,575	0,001
Kepercayaan Merek	0,317	1,087	0,288	3,638	0,000

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,432 + 0,300X_1 + 0,369X_2 + 0,317X_3$$

Artinya :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 0,432 bernilai positif artinya apabila variabel independen yaitu diskon harga (X1), keberagaman produk (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) nilainya tidak mengalami kenaikan atau sama dengan 0, maka variabel dependen Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 0,432 satuan.
- b. Koefisien variabel diskon harga (b1) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,300. Artinya diskon harga meningkat satu satuan, sementara variabel keberagaman produk

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

dan Kepercayaan Merek tetap (nol), maka Minat Beli Konsumen akan meningkat sebesar 0,300 satuan.

- c. Koefisien variabel keberagaman produk (b_2) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,369 Artinya jika keberagaman produk meningkat satu satuan, sementara variabel diskon harga dan Kepercayaan Merek tetap (nol), maka Minat Beli Konsumen akan meningkat sebesar 0,369 satuan.
- d. Koefisien variabel Kepercayaan Merek (b_3) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,317. Artinya jika Kepercayaan Merek meningkat satu satuan, sementara variabel diskon harga dan keberagaman produk tetap (nol), maka Minat Beli Konsumen akan meningkat sebesar 0,317 satuan.

B. Uji F

Perhitungan uji F_{hitung} Sebagai berikut:

Tabel 2. hasil uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	325.540	3	108.513	34.132	.000 ^b
Residual	305.210	96	3.179		
Total	630.750	99			

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,124 < 2,46$) dan nilai *signifikan*. uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak, berarti Diskon Harga, Keberagaman Produk dan Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen

C. Uji t

Tabel 3. hasil uji t

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.
Diskon Harga	2.995	1,988	0,003
Keberagaman Produk	3.575	1,988	0,001
Kepercayaan Merek	3.638	1,988	0,000

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2.995 > 1,988$ dan *signifikan* sebesar 0,03 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya Diskon Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan *signifikan* sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya Keberagaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan *signifikan* sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya Kepercayaan Merk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli

D. Koefisien Determinasi (R^2)

Perhitungan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,718 ^a	0,516	0,501	1.78305

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

Hasil dari perhitungan dengan menggunakan program *SPSS versi 21.0 for windows*, maka dapat diperoleh untuk R^2 sebesar 0,501 atau 50,1%. Artinya bahwa variabel independen yang diskon harga (X1), keberagaman produk (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) terhadap variabel dependen memberikan kontribusi dan sumbangan pada keputusan minat beli konsumen (Y) sebesar 50,1%, sedangkan sisanya sebesar 49,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini misalnya: kualitas, inovasi, promosi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diskon Harga, Keberagaman Produk dan Kepercayaan Merk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta.
2. Diskon Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta.
3. Keberagaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta.
4. Kepercayaan Merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta.
5. Diskon Harga, Keberagaman Produk, dan Kepercayaan Merk memberikan sumbangan terhadap minat beli konsumen sebesar 0,501

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

(50,1%), sedangkan 0,499 (49,9%) di pengaruhi oleh variabel variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya inovasi produk, Promosi dan Kualitas Produk.

Saran

1. Perusahaan diharapkan perlu terus menerus memperhatikan pangsa pasar tingkat penjualan di perusahaannya dengan memberikan potongan harga akan meningkatkan minat atau keinginan para konsumen untuk membeli produknya.
2. Faktor kepercayaan merupakan variabel yang mempengaruhi minat beli artinya bahwa adanya kepercayaan maka minat beli akan meningkat misalnya dengan menekankan kepada pelanggan mengenai reputasi perusahaan bahwa perusahaan tersebut dapat bertanggung jawab terhadap pelanggan dalam menangani setiap keluhan pelanggan
3. Perusahaan diharapkan dapat memperbanyak variasi dalam keberagaman produk untuk mempertahankan keunggulan produk.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mencari faktor-faktor lain yang berpengaruh pada variabel terikat dan menspesifikkan variabel yang lebih sesuai dalam mempengaruhi variabel terikat, yaitu variabel lain di luar variabel yang telah diteliti agar penelitian tidak terbatas pada variabel ini saja.

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

Daftar Pustaka

- Adi , M., Patricia , D. P., & Leonardo , B. H. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, DAN KERAGAMAAN PRODUK SPAREPART TOYOTA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN KEPUASAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABELI NTERVENING (Studi Pelanggan PT. New Ratna Motor Semarang). *Jurnal Bisnis*, 1-14.
- Amron. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *Manajemen Bisnis*, 1-12.
- Chen-Yu. (2018). Effects Of Price Discount On Consumers Perceptions Of Savings, Quality, and Value For ApparelProducts : Mediating Effect Of Price Discount Affect. *Manajemen* , 72-83.
- E , D. A., & SRI , R. T. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Vol. 13 No. 1*(ISSN 1693-928X), 37-45.
- Eva , M. B. (2015). HUBUNGAN KEPERCAYAAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS DENGAN MINAT BELI ULANG PRODUK KECANTIKANSILVER INTERNATIONAL CLINIC BALIKPAPAN. *Jurnal Manajemen, Vol 3, No 1*(SSN: 2477-2666/E-ISSN: 2477-2674), 64-74.
- Ferdy , F., Leonardo , B. H., & Andi , T. H. (2015). PENGARUH CITRA MEREK, LOKASI, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MEMBELI BBM DISPBU GASINDO MEKAR PUTRA SEMARANG. *Manajemen Bisnis*, 27-39.
- Fernando de , d. O., & Santini. (2015). An analysis of the influence of discount sales promotion in consumer buying intent and the moderating effects of attractiveness. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1-15.
- Hendra, F. (2013). LOKASI, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL BERSEHATI CALACA. *Jurnal EMBA*, 273-283.
- Imronudin . (2015). Brand Trust and Brand Loyalty, An Indonesia Consumers . *Jurnal Manajemen*, 42-57.
- Lestari. (2016). Pengaruh Merk, Keberagaman Produk dan Desain Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki di Surabaya . *Manajemen Bisnis*, 54-67.
- Putri. (2015). Dampak Harga Keberagaman Produk, Lokasi dan Word Of Mount Terhadap Minat Beli Konsumen Di Plangtown Store Semarang. *Jurnal Bisnis*, 50-62.
- Rofiq. (2014). PENGARUH SELEBRITI ENDORSER DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI (Studi pada Konsumen Larutan Penyegar

Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta

Nunung Indriani, Sudarwati, Siti Maryam

Cap Kaki Tiga di Mini Market Joni Jaya Prigen). *Jurnal Sketsa Bisnis, Vol. 1 No. 2*, 35-52.

Verawati, H. (2017). Pengaruh Building terhadap Keputusan Pembelian produk Pewangi dan Pelembut Pakaian "(Survei Pada Konsumen Softener So Klin di Borma Dago Kota Bandung)". *Manajemen Bisnis*, 51-62.

Yingyi, W., Haiquan , C., & Hu'an , W. (2019). The Influence of Product Diversity on Product Diversity on Impulsive Purchase in Online Shopping Environment. *Manajemen Bisnis*, 1-11.