

**PENGARUH TAMPILAN PRODUK DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN PEMATANGSIANTAR PRODI PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2018 PADA E-COMMERCE SHOPEE**

Oleh:

Emma Dianaomi Tobing <sup>1)</sup>  
Susy Alestriani Sibagariang <sup>2)</sup>  
Lasma Siagian <sup>3)</sup>

Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar <sup>1,2,3)</sup>

E-mail:

[emmadianaomi@gmail.com](mailto:emmadianaomi@gmail.com) <sup>1)</sup>  
[susysibagariang@gmail.com](mailto:susysibagariang@gmail.com) <sup>2)</sup>  
[lasmafkiptsiagian@yahoo.co.id](mailto:lasmafkiptsiagian@yahoo.co.id) <sup>3)</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to determine whether there is a positive and significant effect of product display and discounts on buying interest of HKBP Nommensen Pematangsiantar University Students of 2018 Economic Education Study Program at Shopee E-commerce. This type of research uses descriptive quantitative research methods, using random sampling techniques and calculated using the Slovin formula, the sample can be obtained as many as 109 respondents. The data obtained were analyzed using multiple linear regression. The results showed that the product display and discount variables had a positive and partially significant effect on students' buying interest. Where, (1) the product display variable (X1) has a significance value of  $0.013 < 0.05$ , this indicates that Ha1 is acceptable. (2) the discount variable (X2) has a significance value of  $0.000 < 0.05$ . This also indicates that Ha2 is acceptable. While the results of the simultaneous F test also state that there is a positive and significant effect of product display and discounts on the student buying interest variable (Y), where (3) the buying interest variable has a significance value of  $0.000 < 0.05$ , these results indicate that Ha3 is acceptable. The conclusion in this study is that there is a positive and significant influence on product display and discounts on student buying interest.*

**Keywords: Product Display, Discount, Purchase Interest**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan tampilan produk dan Diskon terhadap minat beli Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar Prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2018 pada *E-commerce Shopee*. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik *random sampling* serta dihitung menggunakan rumus *slovin* maka sampel dapat diperoleh sebanyak 109 responden. Adapun data yang diperoleh di analisis menggunakan regresi linear berganda Hasil penelitian menunjukkan variabel tampilan produk dan diskon berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli mahasiswa. Dimana, (1) variabel tampilan produk (X1) memiliki nilai signifikansi  $0,013 < 0,05$ , hal ini menandakan bahwa Ha1 dapat diterima. (2) variabel diskon (X2) memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini juga menandakan bahwa Ha2 dapat diterima. Sedangkan hasil uji simultan F juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan tampilan produk dan diskon terhadap variabel minat beli mahasiswa (Y), dimana (3) variabel minat beli memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hasil tersebut menandakan bahwa Ha3 dapat diterima. Kesimpulan

pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan tampilan produk dan diskon terhadap minat beli mahasiswa

**Kata Kunci : Tampilan Produk, Diskon, Minat Beli**

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan arus informasi telah membuat masyarakat Indonesia di seluruh dunia semakin terbuka terhadap pengetahuan. Dan perkembangan teknologi memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas apapun. Baik media online maupun media elektronik telah berkembang mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju. Penggunaan transaksi bisnis dalam media sosial, terutama *E-commerce* dalam beberapa tahun atau beberapa dekade terakhir sangat berkembang dengan pesatnya. *E-commerce* yang sedang trending di masyarakat adalah Shopee. shopee juga menggunakan layanan iklan untuk memotivasi pelanggan agar melakukan Pembelian. Salah satunya adalah Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar melakukan belanja secara *online* pada era internet ini adalah pilihan yang tepat karena dapat lebih menghemat waktu.

Jauh dari kata sempurna, tentu saja terdapat kekurangan yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan pembelian, salah satunya ialah tidak dapat untuk melihat dan menyentuh langsung produk tersebut, tampilan produk sangat berperan penting dalam menimbulkan minat beli setiap orang. Maka dari itu Oleh karena itu, figur serta gambar mendapatkan peran penting dalam mengatasi masalah konsumen yang tidak dapat menyentuh dan melihat produk secara langsung. Tampilan produk juga berperan sebagai pembeda bagi pelanggan antara produk *online shop* yang satu dengan produk pesaing dalam suatu perusahaan. tampilan produk yang memikat perhatian

banyak orang dinyatakan sebagai tampilan produk yang efektif dan efisien. Seperti Menurut Tjiptono (dalam Asty Afila 2019:15) “Tampilan produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian”. Tampilan produk mengacu pada gambar yang mencakup elemen grafis yang dapat menciptakan daya Tarik visual secara ideal. daya Tarik itu sendiri berhubungan dengan faktor emosi dan psikologi yang terletak tanpa disadari oleh manusia. Tampilan yang baik harus bisa mendapatkan respon positif dari konsumen. Konsumen sering tanpa sadar membeli produk yang harganya lebih tinggi tetapi tidak lebih unggul dari yang lain. Oleh sebab itu dapat diketahui adanya daya pikat tertentu yang mampu mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terhadap barang yang ditawarkan penjual.

Selain tampilan produk, Diskon juga salah satu penentu Mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar menentukan pilihannya dalam membeli barang di *Shopee*. pada masa persaingan yang cukup selektif ini, *E-commerce Shopee* wajib memperhatikan faktor harga. Hal ini dikarenakan tingkat harga sangat mempengaruhi daya saing di pasar dan mendorong pembeli untuk membeli suatu produk. Oleh sebab itu, semua toko online menerapkan strategi diskon agar konsumen tidak beralih ke pesaing lain.

Berdasarkan penjabaran tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti tentang

“Pengaruh Tampilan Produk Dan Diskon Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Pada *E-Commerce Shopee*”.

## 2. METODE PENELITIAN

Untuk melakukan Riset ini peneliti menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode kuantitatif deskriptif. Untuk lokasi penelitian, penulis akan melakukan penelitian di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar di Jalan Sangnawaluh No.4 Siopat Suhu, Kecamatan Siantar Timur, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. Penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu Tampilan produk (X1) dan Diskon (X2) dan 1 variabel terikat yaitu Minat beli (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar, yaitu Sejumlah 150 Mahasiswa. dengan menggunakan teknik *random sampling* serta dihitung menggunakan rumus *slovin* maka sampel dapat diperoleh sebanyak 109 responden. metode pengumpulan data berupa kusioner dengan menggunakan skala Likert. Namun sebelum penelitian dilakukan, peneliti melakukan uji coba validitas dan Reliabilitas. Uji coba dilakukan untuk mengetahui valid atau reliabel tidaknya suatu instrument penelitian. Data yang sah kemudian dianalisis dengan analisis statistik pengujian hipotesis melalui uji regresi linier berganda uji parsial t dan uji simultan F. akan tetapi sebelum pengujian dilakukan terlebih dahulu data akan di uji apakah berdistribusi normal atau tidak serta dilakukan uji linearitas untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menjabarkan bagaimana pengaruh tampilan produk dan diskon terhadap minat beli Mahasiswa Prodi Pendidikan Eknomi.

### Hasil Deskriptif Analisis Data

Angket Tampilan produk, diskon dan tampilan produk Pada uji ini peneliti menyebarkan angket validitas kepada 30 responden untuk melihat valid dan reliabelnya suatu pernyataan, pada uji validitas tampilan produk dengan 13 item pernyataan dinyatakan telah tervalidasi dan dapat untuk digunakan sebagai angket penelitian, Dimana nilai r-hitung 13 item pernyataan lebih besar dari r-tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,361 sama halnya dengan uji validitas diskon dengan 13 item pernyataan, nilai r-hitung lebih besar dari 0,361. Dan tidak jauh berbeda dengan uji validitas minat beli dengan 11 item pernyataan seluruh nilai item lebih besar dibanding r-tabel 0,361. Hasil uji reliabilitas pada tiga variabel tersebut juga telah dinyatakan reliabel atau sah untuk dijadikan sebagai angket penelitian. Dimana, nilai cronbachs alpha tampilan produk 0,678 > 0,60, diskon 0,842 > 0,60 dan minat beli 0,750 > 0,60.

### Teknik Analisis Data

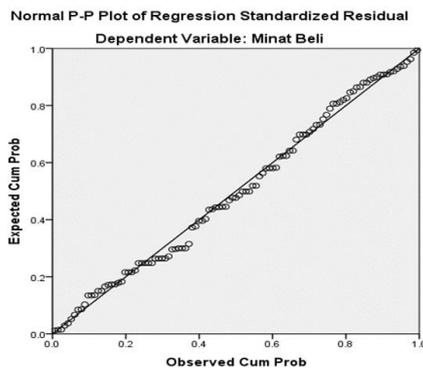
#### 1. Uji linearitas

Pada uji ini variabel (X1) memiliki hubungan yang linear terhadap variabel Y, dimana nilai signifikan deviasi dari tampilan produk senilai 0,097 > 0,05. Sama halnya dengan variabel diskon dimana nilai signifikansi deviasi adalah 0,051 > 0,05, maka ditarik kesimpulan bahwa variabel X1 dan X2 juga memiliki hubungan yang linier terhadap variabel Y.

## 2. Uji Normalitas Data

Pada uji normalitas dapat dilihat data berdistribusi normal atau tidak melalui *test Kolmogorov-Smirnov* dan uji normalitas *Probability Plot*. Setelah dilakukan pengujian nilai probabilitas *Kolmogorov smirnov* diperoleh sebesar  $0,20 > 0,05$  nilai signifikan. Hal tersebut menyatakan bahwa data berdistribusi normal. Dan uji probability plot dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 1 Uji Normalitas Probability Plot**



Berdasarkan gambar diatas menyatakan bahwa data berdistribusi normal karena bentuk grafik tidak melenceng kekanan maupun kekiri dan tidak menyebar secara luas dan jauh dari garis diagonal. Pada gambar tersebut dijelaskan bahwa titik-titik (data) yang tersebar pada garis diagonal penyebarannya hanya mengikuti garis diagonal. Hal ini menjelaskan bahwa penelitian ini dapat dikatakan mampu memenuhi asumsi normalitas.

## 3. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan uji ini, variabel X1 (tampilan produk) memiliki nilai VIF 1,837 dengan nilai Tolerance 0,554. Untuk variabel X2 (Diskon) memiliki nilai VIF 1,837 dan nilai Tolerance 0,554. Dari kedua variabel tersebut didapat nilai VIP kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10, sehingga dari

kedua variabel dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

## Pengujian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Dari uji ini, persamaan regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut;  $Y = 18,532 + 0,194X_1 + 0,280X_2$ , atau Minat beli = 18,532 + 0,194 Tampilan produk + 0,280 Diskon. Dari model persamaan regresi linier dapat dijabarkan sebagai berikut : (1) Nilai konstanta adalah 18,532. Artinya ketika hasil dari variabel Tampilan produk dan Diskon (X) bernilai nol, maka nilai Minat beli (Y) akan terus meningkat sebanyak 18,532. (2) Nilai koefisien regresi pada variabel Tampilan produk (X1) adalah 0,194 bernilai positif. Hasil ini menjelaskan Tampilan produk berpengaruh positif terhadap Minat beli Mahasiswa Pada *Ecommerce Shopee*. (3) Nilai koefisien regresi pada variabel Diskon (X2) adalah 0,280 dan bernilai positif. Uji ini Menunjukkan bahwa Diskon mempunyai pengaruh terhadap Minat beli Mahasiswa Pada *Ecommerce Shopee*.

### 2. Uji Parsial t

Uji ini dilakukan dengan 2 cara yaitu: dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel dan cara yang kedua adalah dengan membandingkan nilai signifikan variabel bebas dengan taraf signifikan 0,05. Atas asumsi tersebut hasil uji t adalah (1) Uji Hipotesis pertama (Ha1), Diketahui jumlah t-hitung sebesar  $2,549 >$  nilai t-tabel 1,659 dengan nilai signifikan  $0,013 < 0,05$  maka ditarik kesimpulan bahwa Ha1 diterima dan Ho1 ditolak. Dan

masing-masing variabel mempunyai pengaruh positif dan signifikan antara (X1) Tampilan Produk terhadap Minat beli (Y). (2) Uji Hipotesis kedua (Ha2). Diketahui jumlah t-hitung sebesar  $3,676 >$  nilai t-tabel  $1,659$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka ditarik kesimpulan bahwa Ha2 diterima dan Ho2 ditolak. Dan masing-masing variabel mempunyai pengaruh positif dan signifikan antara (X2) Diskon terhadap Minat beli (Y).

### 3. Uji Simultan F

Uji simultan F dilakukan untuk melihat korelasi antara variabel X1 dan variabel X2 secara simultan apakah memiliki yang pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. F-tabel dapat dilihat pada taraf signifikan  $0,05$  dengan derajat bebas  $n-k = 109-2 = 107$  adalah  $3,08$ . Dari tabel 4.17, didapat nilai F-hitung adalah  $29,209 >$  dari nilai F-tabel  $3,08$ . Dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dari itu, Ha3 diterima dan Ho3 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan semua variabel independen (Tampilan produk, dan Diskon) memiliki pengaruh secara simultan

### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Afila, Asty. 2018. *Analisis Harga Dan Tampilan Produk Terhadap Peluang Pasar Sepeda Motor Yamaha Merk Nmax Pada Pt. Suracojaya Abadi Motor Di Pettarani Makassar*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Faisal, 2021. *“Pengaruh Iklan Shopee Terhadap Minat Beli Remaja*

terhadap variabel dependen (Minat beli). Melalui semua uji yang telah dilakukan, dapat dinyatakan bahwa tampilan dan diskon memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa. Dimana tampilan produk yang memiliki desain yang kreatif dan beragam akan meningkatkan minat beli konsumen serta diskon yang ditawarkan oleh penjual mampu menjadi pendorong dengan pembelian yang tiba-tiba.

### 4. SIMPULAN

Berdasarkan Rumusan masalah dan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut: (1) Tampilan produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, Tampilan produk diyakini memiliki mampu meningkatkan minat beli bagi konsumen. (2) Diskon mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, selain tampilan produk ternyata diskon juga mampu menimbulkan minat beli dalam diri konsumen secara tiba-tiba. (3) Tampilan Produk dan Diskon mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli.

*Dalam Program Flash*

*Sale 9.9 10.10 11.11*. Jakarta: Universitas Satya Negara Indonesia.

Hermon, Aufa Prayoga. 2017. *“Persepsi Risiko Sebagai Mediasi Hubungan Antara Diskon Dan Niat Beli: Studi Kasus : Pada Produk Iphone Yang Dijual Di Lazada. Co. Id Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*

Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabet