

# **Pengaruh *Price Discount Framing* dan Citra Merek Terhadap Niat Beli di Ramayana**

**Arina Manasikana**

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

[arinamanasikana@gmail.com](mailto:arinamanasikana@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh price discount framing dan citra merek terhadap niat beli di Ramayana Palembang dengan persepsi konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan objek penelitiannya adalah konsumen Ramayana Palembang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 75 responden dengan penarikan sampel menggunakan metode teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik yang digunakan yaitu uji Normalitas, Linearitas, Multikolinieritas, dan Heterokedasitas, dan menggunakan Analisis Jalur (Path Analysis). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) secara parsial price discount framing, citra merek, dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli di Ramayana Palembang. 2) Uji F menunjukkan bahwa price discount framing, citra merek, dan persepsi konsumen secara simultan mempengaruhi niat beli di Ramayana Palembang. 3) Dengan Path analysis dan Uji Sobel menunjukkan bahwa persepsi konsumen mampu memediasi price discount framing terhadap niat beli di Ramayana Palembang dan persepsi konsumen mampu memediasi pengaruh citra merek terhadap niat beli di Ramayana Palembang.

**Kata Kunci :** *Price discount framing*, Citra Merek, Persepsi Konsumen, Niat Beli

## ***Abstract***

*This study aims to examine the effect of price discount framing and brand image on purchase intention at Ramayana Palembang with consumer perception as an intervening variable. This research is a quantitative study with the object of research is Ramayana Palembang consumers. The number of samples used was 75 respondents with sample withdrawal using purposive sampling technique method. The data analysis technique used is the Classical Assumption Test used, namely the Normality, Linearity, Multicollinearity, and Heterocedacity tests, and using Path Analysis. Based on the results of the study, it shows that, 1) partially price discount framing, brand image, and consumer perceptions have a significant effect on purchase intention at Ramayana Palembang. 2) The F test shows that price discount framing, brand image, and consumer perceptions simultaneously influence purchase intention at Ramayana Palembang. 3) Path analysis and Sobel*

*test show that consumer perception is able to mediate price discount framing on purchase intention at Ramayana Palembang and consumer perception is able to mediate the effect of brand image on purchase intention at Ramayana Palembang.*

**Keywords :** *Price discount framing, Brand Image, Consumer Perception, Purchase Intention*

## **Pendahuluan**

Kecerdasan, kreatifitas dan inovasi dalam menguasai pasar dan kesiapan melakukan persaingan kompetitif menjadi beberapa dasar utama dalam mengembangkan bisnis di era 4.0 atau era digitalisasi dan virtual. Upaya menghadapi arus persaingan maka para perusahaan ritel harus mampu mengatur strategi marketing dengan sedemikian rupa agar perusahaan tetap bertahan di persaingan pasar ritel. Strategi pemasaran yang bisa digunakan untuk dapat memenangkan pasar dengan menggunakan strategi merek dan diskon. Citra merek yang baik adalah salah satu aset bagi perusahaan yang harus dibangun dan dikelola dengan baik (Barkah, 2014; Bayumi & Jaya, 2018; Huzaimah & Aziz, 2018). Salah satu strategi agar suatu ritel atau toko mampu bersaing dan bertahan dalam pasar adalah

dengan membangun citra merek perusahaan yang baik di mata konsumen maupun publik karena citra merek dapat mempengaruhi niat beli konsumen terhadap suatu produk.(R. Antasari, 2021a; R. R. Antasari et al., 2022b; Arne Huzaimah, 2018; Azwari & Jayanti, 2022; Barkah, 2014a; Barkah et al., 2022a; Lidyah et al., 2020a; Maulana et al., 2019; Muhamad Rahman Bayumi, 2018; Safitri et al., 2022)

Citra merek akan mempengaruhi persepsi setiap konsumen, dimana masyarakat akan mempunyai kesan positif pada merek tersebut sebab masyarakat saat ini sangat selektif dalam memilih merek apa yang sesuai dengan kebutuhan mereka (R. Antasari, 2021; Lidyah et al., 2020b(Maulana et al., 2019; Safitri et al., 2022). Ramayana departement store sebagai salah satu contohnya yang masih bertahan

setelah sekian lama berada di industri ritel. Ramayana departement store telah memiliki citra perusahaan yang telah terbentuk sekian lama setelah menjadi pelaku di industri ritel dan telah memiliki pangsa pasar yang cukup besar berbagi dengan pelaku lainnya (R. R. Antasari et al., 2022; Azwari & Jayanti, 2022; Barkah et al., 2022).

### **Metode Penelitian**

Menjelaskan tentang jenis penelitian, jenis penelitian, sumber penelitian, ruang lingkup

#### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang mana penelitian ini merupakan analisis data yang berbentuk numeric/angka.<sup>57</sup> Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh dari pengisian kuisisioner sebagai instrument penelitian.

#### **2. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh price discount framing dan citra merek terhadap niat beli di Ramayana Palembang

dengan persepsi konsumen sebagai variabel intervening.

### **3. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian research yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

### **Lokasi dan partisipan**

#### **1. Lokasi**

PT Ramayana Lestari Sentosa Palembang

Alamat: Komp. Ilir Bar. Permai, Jl. Letkol Iskandar, 24 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30134

#### **2. Partisipan**

Jika desain penelitian Anda bersifat kualitatif, maka data biasanya dikumpulkan dengan menggunakan wawancara dan observasi. Jika Anda menggunakan wawancara sebagai salah satu instrumen penelitian, Anda harus menjelaskan secara rinci tujuan melakukan wawancara.

### 3. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan [20.39, 26/11/2023] Aqiss: kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti.58 Populasi penelitian merupakan semua konsumen Ramayana Palembang yang jumlahnya tidak diketahui.

### 4. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Dimana kriteria dari sampel dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui respon pelanggan yang melakukan pembelian di Ramayana Palembang. Adapun kriteria dalam pengumpulan sampel purposive sampling dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Responden yang pernah berkunjung ke Ramayana Palembang
- b. Responden yang hendak atau telah melakukan pembelian di Ramayana Palembang

c. Responden yang bersedia menjadi responden.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Ferdinand yaitu : 60

$N = \text{Jumlah Indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$

Keterangan :

$N = \text{Jumlah Sampel}$

Penelitian ini terdapat 15 indikator, dan dipilih angka 5 sebagai pengalinya, sehingga dapat ditemukan sampel penelitian sebanyak :

$$N = 15 \times 5$$

$$N = 75$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 75 responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan pertanyaan yang diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi.61 Dengan skala likert maka variabel akan diukur dengan penjabaran indikator. Kuisisioner dibuat dengan pertanyaan yang menggunakan skala likert (1-5).

Masing-masing rincian skor 1-5 sebagai berikut:

1. STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1
2. TS = Tidak Setuju diberi skor 2
3. KS = Kurang Setuju diberi skor 3
4. S = Setuju diberi skor 4
5. SS = Sangat Setuju diberi skor 5

#### **Analisis Data**

##### 1. Uji Asumsi Klasik

###### A. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.<sup>67</sup> Dalam penelitian ini, menggunakan Uji Kolmogorov-smirnov dengan pedoman sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  diterima jika nilai p-value pada kolom Asymp. Sig (2-tailed)  $>$  level of significant ( $\alpha = 0,005$ ), sebaliknya  $H_a$  ditolak. )  
 $H_0$  ditolak jika nilai p-value pada kolom Asymp.
- 2)  $H_0$  ditolak jika nilai p-value pada kolom Asymp. Sig.(2-tailed)  $<$  level of significant ( $\alpha = 0,005$ ), sebaliknya  $H_a$  diterima.

###### B. Uji Linearitas

Tujuan dari uji linearitas yang digunakan untuk mengetahui linearitas data yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Pengujian pada spss dengan test for linearity pada taraf 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan linier bila signifikan linieritas kurang dari 0,056

###### C. Uji Multikolonieritas

multikolinieritas berarti terjadi korelasi linier yang mendekati sempurna antar lebih dari dua variabel bebas. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi.

###### D. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan-pengamatan lain. Apabila varian dari satu pengamatan

ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui keberadaan heteroskedastisitas ialah dengan uji white. Pada prinsipnya uji White mirip dengan kedua uji Park maupun uji Glejser. Menurut White, uji ini dapat dilakukan dengan meregres residual kuadrat ( $e_i^2$ ) dengan variabel bebas, variabel bebas kuadrat dan perkalian variabel bebas.

#### **Hasil**

1. Untuk mengetahui pengaruh price discount framing terhadap niat beli di Ramayana Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap niat beli di Ramayana Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh price discount framing terhadap persepsi konsumen di Ramayana Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap persepsi konsumen di Ramayana Palembang

5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap niat beli di Ramayana Palembang

#### **Pembahasan**

Price discount framing adalah pesan promosi harga dibingkai dalam sebuah penawaran yaitu potongan harga yang dilakukan perusahaan ritel disampaikan atau dikomunikasikan melalui framing atau pembingkai. Hal ini menunjukkan bahwa price discount framing memiliki pengaruh terhadap niat beli di Ramayana Palembang. Variabel Price discount framing memiliki respon yang baik. Makna signifikan ini adalah dengan adanya Price discount framing pada Ramayana Palembang maka niat beli pada produk di Ramayana Palembang akan meningkat.

Selain dilihat dari analisis tersebut, pada pernyataan instrumen penelitian, responden yang menyatakan bahwa pembingkai diskon dalam bentuk persentase lebih menarik, artinya responden dalam penelitian ini berpendapat bahwa diskon yang

dibingkai dalam persentase terasa lebih menarik dari pada pemingkalian diskon dalam bentuk lainnya seperti nominal dan volume promotion untuk melakukan pembelian.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Price discount framing, dan Citra Merek terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen sebagai variabel intervening sebagai berikut:

1. Price discount framing berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, hal ini berarti bahwa variabel Price discount framing dapat mempengaruhi Niat Beli di Ramayana Palembang.
2. Price discount framing berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Konsumen, maka dapat dikatakan hipotesis diterima, hal ini

berarti bahwa variabel Price discount framing dapat mempengaruhi Persepsi Konsumen.

### **Referensi**

- Antasari, R. (2021a). Islam and Domestic Violence between Husbands and Wives: Indonesian Social and Cultural Perceptions. *Islamic Quarterly*, 65(3), 303–325.
- Antasari, R. (2021b). The Islamic Quarterly: Vol 65, No. 3-303 Islam and Domestic Violence between Husbands and Wives: Indonesian Social and Cultural Perceptions. *The Islamic Quarterly*, 65(3), 303–326.
- Antasari, R. R., Nilawati, Adib, H. S., Sari, R. K., & Sobari, D. (2022a). Gender Mainstreaming Problems in Student Organizations at Islamic Religious Colleges. *Al - Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(2), 2161–2172.
- Antasari, R. R., Nilawati, N., Adib, H. S., Sari, R. K., & Sobari, D. (2022b). Gender Mainstreaming

- Problems in Student Organizations at Islamic Religious Colleges. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(2), 2161–2172.  
<https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i2.1402>
- Arne Huzaimah. (2018). Urgensi Penerapan Lembaga Dwangsom pada Perkara Hadhânah di Pengadilan Agama dalam Perspektif Maqâshid al-Syar'ah. *Sinta 2*.
- Azwari, P. C., & Jayanti, S. D. (2022). Impact of Third-Party Funds and Capital Adequacy Ratio on Profit Sharing Financing. *International Business ...*, 6(1), 63–70.
- Barkah, Q. (2014a). Kedudukan Dan Jumlah Mahar Di Negara Muslim. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 14(2), 279–286.  
<https://doi.org/10.15408/ajis.v14i2.1286>
- Barkah, Q. (2014b). KEDUDUKAN DAN JUMLAH MAHAR DI NEGARA MUSLIM. *Ahkam*;, XIV(2), 279–286.
- Barkah, Q., Huzaimah, A., Rachmiyatun, S., Andriyani, & Ramdani, Z. (2022a). Abandonment of Women's Rights in Child Marriage; An Islamic Law Perspective. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial*, 17(2), 383–411.  
<https://doi.org/10.19105/al-Ihkam.v17i2.6725>
- Barkah, Q., Huzaimah, A., Rachmiyatun, S., Andriyani, & Ramdani, Z. (2022b). Abandonment of Women's Rights in Child Marriage; An Islamic Law Perspective. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial*, 17(2), 383–411.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 51, No. 6, pg 1173-1182. American Psychological Association, Inc. 1986



- Bayumi, M. R., & Jaya, R. A. (2018). BUILDING INTEGRATION AND INTERCONNECTION IN ISLAMIC ECONOMIC SYSTEM TO CREATE ISLAMIC SOLUTIONS IN SOLVING SOCIAL PROBLEMS. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 7(1), 59–80.
- Huzaimah, A., & Aziz, S. (2018). Urgensi Penerapan Lembaga Dwangsom (Uang Paksa) Pada Perkara Hadhânah di Pengadilan Agama dalam Perspektif Maqâshid al-Syarî'ah. *Al-'Adalah*, 15(1), 125. <https://doi.org/10.24042/adalah.v15i1.3383>
- Lidyah, R., Mismiwati, Hartini, T., Akbar, D. A., Africano, F., & Anggreni, M. (2020a). The Effect of Audit Committee, Independent Commissioners Board And Firm Size on Audit Delay Through Capital Structure as An Intervening Variable In Sharia Bank. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(7), 11313–11325.
- Lidyah, R., Mismiwati, Hartini, T., Akbar, D. A., Africano, F., & Anggreni, M. (2020b). THE EFFECT OF AUDIT COMMITTEE, INDEPENDENT COMMISSIONERS BOARD AND FIRM SIZE ON AUDIT DELAY THROUGH CAPITAL STRUCTURE AS AN INTERVENING VARIABLE IN SHARIA BANK. *PJAE*, 7(17), 11313–11325.
- Maulana, C. Z., Suryana, Y., Kartini, D., & Febrian, E. (2019). Influencing Factors on the Actual Usage of Mobile Phone Banking in the Shari'ah Banks: A Survey in Palembang City, Indonesia. *Journal of the Japan Welding Society*, 88(5), 366–374. <https://doi.org/10.2207/jjws.88.366>
- Muhamad Rahman Bayumi. (2018). BUILDING INTEGRATION AND INTERCONNECTION IN ISLAMIC ECONOMIC SYSTEM TO CREATE ISLAMIC SOLUTIONS IN SOLVING SOCIAL PROBLEMS. *Sinta 2*.

Safitri, R., Lidyah, R., & Rachmania, R.  
(2022). Profitability, Good  
Corporate Governance,  
Dividend Policy, and Firm Value  
at ISSI. *Etikonomi*, 21(1), 139–  
152.  
[https://doi.org/10.15408/etk.v  
21i1.16524](https://doi.org/10.15408/etk.v21i1.16524)