

PENGARUH METODE PEMBAYARAN DIGITAL, POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT ATEK SUKSES MANDIRI

Henry Kuwangga¹, Andre fitriano², Ivan Pangestu³, Gavriel Nicholas⁴, Henny Pratiwi⁵

Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4}

Politeknik Ip31 Medan⁵

Henrykuwangga.aa@gmail.com¹, andrefitriano@unprimdn.ac.id²,
ivanpangestu4@gmail.com³, gavrielnicholas167@gmail.com⁴,
Hennypratiwi78@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis bagaimana metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen di PT. Kiat Atek Sukses Mandiri. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada populasi konsumen PT. Atek Sukses Mandiri yang tidak spesifik jumlahnya, kemudian diolah dan diuji menggunakan perangkat lunak SPSS 21. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti—metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk—memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini berlaku baik secara individual maupun secara bersamaan. Kontribusi gabungan dari ketiga variabel ini terhadap keputusan pembelian adalah 60%, menyisakan 40% pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini. Di antara ketiganya, kualitas produk muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh signifikan, menyumbang 43,7% dari total pengaruh.

Kata kunci: Metode pembayaran digital, potongan harga, kualitas produk dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to analyze how digital payment methods, discounts, and product quality influence purchasing decisions among consumers at PT. Kiat Atek Sukses Mandiri. Data was gathered through questionnaires distributed to an unspecified number of consumers from PT. Atek Sukses Mandiri's population, then processed and tested using SPSS 21 software. The hypothesis testing results indicate that all variables examined—digital payment methods, discounts, and product quality—have a positive and significant influence on purchasing decisions. This holds true both individually and simultaneously. The combined contribution of these three variables to purchasing decisions is 60%, leaving the remaining 40% influenced by other factors not within the scope of this research. Among the three, product quality emerged as the most significantly influential factor, contributing 43.7% of the total observed influence.

Keywords: Digital payment methods, discounts, product quality and purchasing decisions

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak transformatif pada berbagai sisi kehidupan. Salah satu perubahan penting terlihat pada bagaimana konsumen berinteraksi dalam proses pembelian. Menurut (Kurniawan et al., 2023) keputusan pembelian adalah suatu tahapan pengambilan keputusan untuk menentukan perlu atau tidaknya melakukan pembelian mengenai citra yang dibutuhkan atau diinginkan. perusahaan perlu merumuskan strategi yang jitu untuk

menumbuhkan keyakinan konsumen dan memperkuat loyalitas mereka, yang pada akhirnya akan meningkatkan keputusan pembelian.

Banyak perusahaan saat ini berupaya memahami perilaku konsumen untuk memastikan keberlanjutan bisnis melalui peningkatan keputusan pembelian. Tidak terkecuali PT. Atek Sukses Mandiri yang merupakan perusahaan Distributor Pakan Udang yang berbasis di Pergudangan Skydex Jl. Medan – Tanjung Morawa KM 11,5 Blok A No.2 .Berdiri sejak lama, PT. Atek Sukses Mandiri telah menjadi salah satu distributor pakan udang bermerek Gold Coin yang mencakup penjualan ke tambak tambak Udang ataupun kedai kedai di daerah Pari di Sumatera Utara. Dan juga di daerah Aceh terutama di daerah Aceh Timur. Dan juga di daerah Batam dan Kepulauan Riau. Adapun produk yang dijual seperti Gold Eco Grow sebagai Grower dengan spesifikasi Protein: 30%, Lemak: 6% Serat Kasar: 4%, Kadar Air: 12% dan Abu: 12% dengan Ration yang berbeda tergantung umur benur seperti EGR930, EGR931, EGR932C/EGR931P, EGR932P dst. Gold Forte sebagai Starter dengan spesifikasi Protein: 35%-36%, Lemak: 6%, Serat Kasar: 4%, Kadar Air: 12%, dan Abu: 12%. dengan Ration yang berbeda juga.

Di tengah ketatnya persaingan bisnis, pemahaman elemen keputusan pembelian krusial bagi kesuksesan perusahaan. Terobosan signifikan di era digital adalah sistem pembayaran digital yang memengaruhi preferensi pembelian. Menurut Tarantang et al. (2019), ini adalah transfer uang non-fisik berbasis teknologi. Data APJII (2022) menunjukkan adopsi pembayaran digital di Indonesia melonjak 45% dalam dua tahun terakhir, mencerminkan preferensi konsumen terhadap transaksi efisien.

Observasi langsung pada perilaku konsumen di PT Atek Sukses Mandiri mengungkapkan tren yang jelas mengenai meningkatnya preferensi terhadap metode pembayaran digital. Konsumen di sana menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk memanfaatkan aplikasi pembayaran seperti OVO, DANA, atau GoPay dibandingkan dengan cara pembayaran konvensional. Temuan ini konsisten dengan riset yang menunjukkan bahwa 60% generasi milenial lebih menyukai kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh pembayaran digital (Statista, 2022). Lebih lanjut, studi yang dilakukan oleh Fadiah et al. (2024) dan

Fauzi et al. (2023) secara independen mengkonfirmasi adanya pengaruh positif dan signifikan dari penggunaan metode pembayaran digital terhadap keputusan pembelian konsumen.

Potongan harga juga terbukti krusial dalam keputusan pembelian (Stanton et al., 2019). Strategi ini memengaruhi persepsi nilai dan mendorong pembelian melalui penawaran khusus. Di pasar yang kompetitif, diskon menjadi daya tarik utama. Nielsen (2021) melaporkan 70% konsumen cenderung membeli saat ada potongan harga. PT Atek Sukses Mandiri juga merasakan dampaknya, dengan lonjakan penjualan 30% saat promosi diskon. Penelitian Yufa & Lestari (2023) dan Fauzan & Sujana (2022) mengonfirmasi pengaruh positif potongan harga terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk krusial dalam keputusan pembelian konsumen karena diharapkan memenuhi ekspektasi dan memberikan nilai tambah (Kotler & Keller, 2018). Kualitas adalah kemampuan produk melampaui harapan konsumen melalui karakteristik dan atribut bernilai. Garvin (2020) mendefinisikannya sebagai totalitas fitur yang memuaskan kebutuhan, termasuk performa, daya tahan, keandalan, dan estetika. PT Atek Sukses Mandiri menyadari pentingnya kualitas dengan menjaga standar internasional dan kontrol mutu. Produk berkualitas tinggi mendorong pembelian ulang (Harvard Business Review, 2020). Penelitian

Viana & Hartati (2023) dan Alfiah et al. (2023) membuktikan pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh ketiga faktor ini, diharapkan PT Atek Sukses Mandiri dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efisien untuk menaikkan sales dan kepuasan pelanggan. Kajian ini bertujuan untuk mengelaborasi lebih lanjut mengenai pengaruh signifikan dari metode pembayaran digital, penawaran potongan harga, dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen, serta memberikan rekomendasi praktis untuk penyempurnaan strategi pemasaran perusahaan di masa mendatang.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran digital terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Untuk mengetahui

pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran digital, potongan harga dan kualitas produk secara bersamaan terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri

TINJAUAN PUSTAKA

Metode Pembayaran Digital

Menurut Tarantang et al.,(2019) Sistem pembayaran digital adalah transfer uang dari konsumen ke penjual yang merupakan suatu sistem pembayarannya pakai teknologi, bukan uang fisik, sudah diproses dan diterima dalam bentuk non fisik. Sedangkan menurut (Nubika, 2018) system pembayaran digital merupakan suatu proses jual beli yang menggunakan aplikasi perangkat elektronik sebagai alat pembayaran.

Berikut indikator yang dapat diberikan oleh pembayaran digital menurut Anggraeni et al., (2022) yaitu

1. Kecepatan : Dalam beberapa detik saja, pengguna dapat mentransfer dana dari bank mereka ke rekening penerima. Sehingga pembayaran dapat dilakukan secara cepat.
2. Kemudahan : Sistem pembayaran digital payment memungkinkan pengguna untuk membayar dan membeli barang secara online dengan mudah dan tidak perlu ke bank lagi atau toko fisik.
3. Efisiensi : Pembayaran digital lebih menghemat waktu dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional.
4. Transaparasi : Digital Payment memberikan data dan informasi pembayaran secara terbuka dan aman.

Potongan Harga

Menurut Tjiptono (2020), diskon merupakan pengurangan harga jual yang diberikan oleh penjual kepada pembeli. Pemberian diskon ini seringkali terkait dengan aktivitas tertentu dari pembeli, seperti mempercepat pembayaran tagihan, membeli produk dalam volume besar, atau melakukan pembelian di luar periode permintaan tinggi. Sementara itu, Alma (2019) mengidentifikasi

beberapa faktor penyebab pemberian potongan harga kepada konsumen, yaitu: pembayaran lebih awal dari jadwal, pembelian dalam jumlah besar, adanya selisih timbangan, atau sebagai bagian dari inisiatif program dari produsen.

Menurut Wilujeng (2018), indikator utama untuk menilai potongan harga meliputi kemampuannya memicu pembelian dalam jumlah besar, fungsiantisipasi promosi pesaing, dan kontribusinya dalam mendukung volume perdagangan yang signifikan.

Kualitas Produk

Gunawan (2022) berpendapat bahwa kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk mampu memuaskan keinginan pelanggan, yang meliputi faktor-faktor seperti ketahanan, tingkat suara, kemudahan operasional, dan berbagai atribut nilai lainnya. Di sisi lain, Nurani (2020) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan elemen intrinsik dalam suatu barang atau hasil yang menjamin bahwa barang tersebut memenuhi tujuan awal pembuatannya.

Menurut Amrullah et al. (2017), kualitas produk diukur berdasarkan beberapa indikator kunci:

1. Kinerja (Performance): Karakteristik operasi dasar produk
2. Daya Tahan (Durability): Umur produk sebelum perlu diganti, dipengaruhi frekuensi
3. Fitur (Features): Karakteristik tambahan untuk menyempurnakan fungsi dan menarik
4. Keandalan (Reliability): Probabilitas produk berfungsi baik dalam periode waktu.
5. Estetika (Aesthetics): Tampilan produk (bentuk fisik, model, desain).
6. Kesan Kualitas (Perceived Quality): Penilaian tidak langsung berdasarkan pemahaman atau informasi konsumen

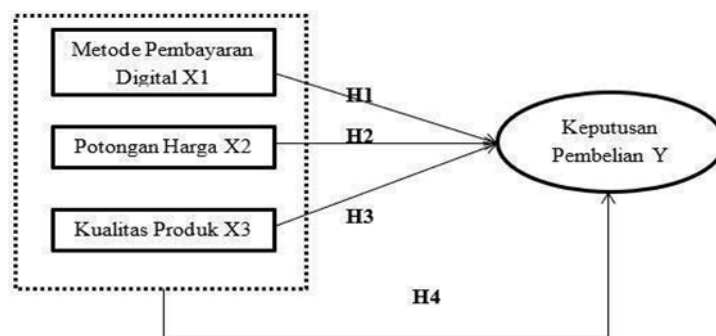
Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian, menurut Firmansyah (2019), adalah proses penyelesaian masalah di mana individu memilih alternatif terbaik dari beberapa pilihan, dianggap sebagai tindakan pembelian paling tepat setelah melewati tahapan pengambilan keputusan. Sementara itu, Gunawan (2022)

mendefinisikannya sebagai proses saat konsumen berinteraksi dengan lingkungannya dan mencari informasi tentang produk atau merek tertentu.

Berikut indikator keputusan pembelian menurut Priansa, (2019) adalah sebagai berikut:

1. Pemilihan produk
2. Pemilihan merek
3. Pemilihan penyalur
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian



Gambar 1 Kerangka Berfikir

Menurut Wardani (2020) Hipotesis adalah jawaban sementara yang digunakan peneliti yang tingkat kebenarannya perlu diuji terlebih dahulu. Berdasarkan permasalahan di atas, maka sebagai jawaban sementara peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

H1: Diduga metode pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2: Diduga potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H3: Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H4: Diduga metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat sistematis, terencana, dan terstruktur (Nugroho, 2018), untuk menguji hipotesis pada populasi atau sampel. Analisis data kuantitatif disajikan dalam bentuk angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan (Misbahuddin & Hasan, 2022). Dengan demikian, pendekatan kuantitatif dalam studi ini melibatkan pengolahan data numerik menggunakan statistik SPSS untuk mengukur pengaruh metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri.

Menurut Darwin et al. (2021), populasi adalah kelompok subjek atau objek dengan karakteristik spesifik yang menjadi fokus studi untuk penarikan kesimpulan. Dalam riset ini, populasi adalah seluruh konsumen PT Atek Sukses Mandiri yang melakukan pembelian, namun jumlah pastinya tidak diketahui karena kurangnya data akurat. Berdasarkan hasil perhitungan 96,04, dan mengikuti anjuran Sugiyono (2019) untuk membulatkan angka pecahan ke atas dalam penentuan sampel, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden.

Uji validitas digunakan untuk menjamin keabsahan mengukur skala yang ditentukan dari variabel yang digunakan (Hardani et al., 2020). Uji validitas ini diperoleh dengan menggunakan software SPSS. Menurut Ghazali (2018), uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur konsistensi kuesioner sebagai indikator variabel. Uji normalitas, menurut Ghazali (2018), bertujuan menentukan apakah residual model regresi berdistribusi normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel Df = N- 2	Keterangan
Metode Pembayaran Digital	1	0,921	0,1996	Valid
	2	0,941	0,1996	Valid
	3	0,926	0,1996	Valid
	4	0,945	0,1996	Valid
	1	0,886	0,1996	Valid

Potongan Harga	2	0,899	0,1996	Valid
	3	0,735	0,1996	Valid
Kualitas Produk	1	0,875	0,1996	Valid
	2	0,859	0,1996	Valid
	3	0,862	0,1996	Valid
	4	0,897	0,1996	Valid
	5	0,893	0,1996	Valid
	6	0,672	0,1996	Valid
Keputusan Pembelian	1	0,902	0,1996	Valid
	2	0,920	0,1996	Valid
	3	0,909	0,1996	Valid
	4	0,900	0,1996	Valid
	5	0,657	0,1996	Valid

Gambar. 2 Uji validitas

Berdasarkan gambar. 2 nilai r-hitung untuk setiap pernyataan pada variabel metode pembayaran digital, potongan harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian lebih besar dari r- tabel (0,1996). Ini menunjukkan bahwa semua pernyataan pada keempat variabel tersebut valid.

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Alpha	Keterangan
1	Metode Pembayaran Digital X1	0,950	0,60	Reliabel
2	Potongan Harga X2	0,794	0,60	Reliabel
3	Kualitas Produk X3	0,917	0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian Y	0,912	0,60	Reliabel

Gambar.3 Uji Reliabilitas

Berdasarkan gambar. 3 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Ini berarti bahwa semua konsep pengukuran untuk setiap variabel dalam kuesioner andal (reliabel). Oleh karena itu, konsep variabel dan semua item pernyataan ini layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut

Tabel. 1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,74027765
	Absolute	,050
Most Extreme Differences	Positive	,037

	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,494
Asymp. Sig. (2-tailed)		,967

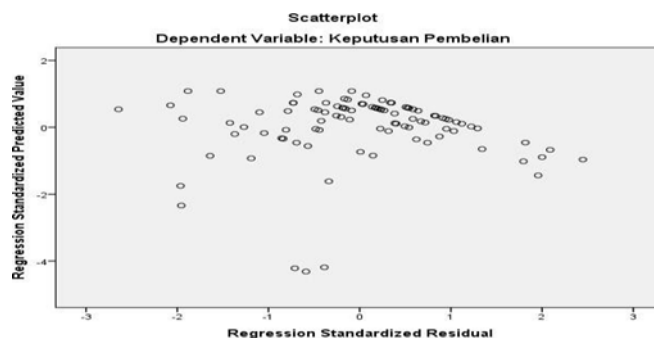
Dari table III.3 diatas dapat dilihat nilai signifikan sebesar 0,967 yang mana besar dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa data dalam penelitian ini di alokasikan normal.

Tabel. 2 hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	MPD	,549	1,821
	Potongan Harga	,487	2,055
	Kualitas Produk	,423	2,362

Sumber: data diolah SPSS Tahun 2024

Dilihat dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut nilai toleransi variable metode pembayaran digital sebesar 0,549 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,821 < 10. Maka dapat dikatakan data tidak terjadi multi kolinearitas. Nilai toleransi variable potongan harga sebesar 0,487 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,055 < 10. Maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolnearitas. Nilai toleransi variable kualitas produk sebesar 0,423 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,362. Maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolnearitas.



Gambar. 4 Grafik scatter plot

Berdasarkan gambar III.1 diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat penyebaran butiran- butiran keberbagai arah dan tidak berbentuk pola tertentu, maka dinyatakan data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel. 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	1,989	1,652		1,204	,232
1	MPD	,251	,100	,218	2,503	,014
	Potongan Harga	,341	,165	,191	2,067	,042
	Kualitas Produk	,437	,092	,471	4,745	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah SPSS Tahun 2024

$$Y = 1,989 + 0,251 (X1) + 0,341 (X2) + 0,437 (X3)$$

Dari persamaan regresi, dapat diinterpretasikan sebagai berikut konstanta (1,989): Menunjukkan bahwa tanpa pengaruh variabel bebas (metode pembayaran digital, potongan harga, kualitas produk), nilai keputusan pembelian adalah 1,989. Koefisien Metode Pembayaran Digital (0,251): Setiap peningkatan satu satuan pada metode pembayaran digital akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,251, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien Potongan Harga (0,341): Peningkatan satu satuan pada potongan harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,341, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien Kualitas Produk (0,437): Setiap peningkatan satu satuan pada kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,437, dengan asumsi variabel lain konstan.

Tabel. 4 Hasil Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1139,372	3	379,791	48,997	,000 ^b
Residual	720,876	93	7,751		
Total	1860,247	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, MPD, Potongan Harga

Sumber: data diolah SPSS Tahun 2024

Berdasarkan Tabel III.6, uji F simultan menunjukkan bahwa metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini karena nilai F-hitung (48,997) lebih besar dari F-tabel (2,47) dan nilai signifikansi (0,000) kurang dari 0,05, sehingga hipotesis keempat (H0) ditolak dan Ha diterima.

Tabel. 5 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	,783 ^a	,612	,600	2,784
---	-------------------	------	------	-------

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, MPD, Potongan Harga
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah SPSS Tahun 2024

Dari tabel III.7 diatas terdapat nilai Adjusted R Square sebesar ,600 dapat simpulkan bahwa variabel metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk mampu menjelsakan keputusan pembelian hanya sebesar 60% sedangkan sisanya 40% dipengaruhi oleh factor lainnya seperti kualitas pelayanan, promosi dan sebagainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Metode Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil regresi linear berganda menunjukkan koefisien metode pembayaran digital sebesar 0,251, menandakan setiap peningkatan satu satuan pada metode ini akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0,251 (dengan asumsi variabel lain konstan). Uji parsial (uji t) lebih lanjut mengkonfirmasi pengaruh positif dan signifikan ini, dengan nilai t-hitung (2,503) > t-tabel (1,661) dan signifikansi (0,014) < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Ini karena pembayaran digital menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi. Konsumen bisa bertransaksi tanpa uang tunai, mengurangi risiko kehilangan, dan menikmati fleksibilitas berbagai platform. Proses yang efisien, ditambah dengan promosi seperti cashback atau diskon, turut meningkatkan daya tarik, mendorong kepuasan, dan membuat konsumen lebih percaya diri dalam memutuskan pembelian. temuan ini konsisten dengan penelitian Octavia dan Arifin (2022) yang menemukan brand awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, riset oleh Fadiah et al. (2024) dan Fauzi et al. (2023) juga mendukung hasil ini, dengan menunjukkan bahwa metode pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis regresi linear berganda menunjukkan koefisien regresi potongan harga sebesar 0,341. Ini berarti setiap peningkatan satu satuan pada potongan harga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen di PT Atek Sukses Mandiri sebesar 0,341, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil uji parsial (uji t) lebih lanjut menegaskan pengaruh positif dan signifikan ini. Nilai t-hitung (2,067) lebih besar dari t-tabel (1,661), dan nilai signifikansi (0,042) kurang dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Berdasarkan analisis, potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Ini karena potongan harga meningkatkan daya tarik produk dan memberikan nilai tambah, membuat produk terasa lebih terjangkau. Hal ini mendorong konsumen untuk membeli, baik secara terencana maupun impulsif, serta menciptakan persepsi keuntungan lebih besar. Strategi diskon juga meningkatkan daya saing PT Atek Sukses Mandiri di pasar dan menciptakan urgensi bagi konsumen untuk segera membeli. Temuan ini didukung oleh penelitian Yufa & Lestari (2023) dan Fauzan & Sujana (2022), yang juga menemukan pengaruh positif dan signifikan potongan harga terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji regresi linear berganda, koefisien kualitas produk sebesar 0,437. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen di PT Atek Sukses Mandiri sebesar 0,437, dengan asumsi variabel lain konstan. Uji parsial (uji t) lebih lanjut mengkonfirmasi pengaruh positif dan signifikan ini. Nilai t-hitung (4,745) lebih besar dari t-tabel (1,679), dan nilai signifikansi (0,000) kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Ini karena produk berkualitas tinggi menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan menjamin keandalan, daya tahan, dan kinerja yang sesuai atau melampaui ekspektasi. Konsumen yang puas dengan kualitas cenderung menjadikan produk tersebut pilihan utama dan melakukan pembelian berulang. Kualitas produk juga

membangun citra positif perusahaan, menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas yang ada. Dengan menjaga standar kualitas yang konsisten, PT Atek Sukses Mandiri meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya memperkuat keputusan pembelian mereka. Temuan ini konsisten dengan riset Viana & Hartati (2023) dan Alfiah et al. (2023), yang juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Metode Pembayaran Digital, Potongan Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji F, ditemukan bahwa metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Ini didukung oleh nilai F-hitung (48,997) yang lebih besar dari F-tabel (2,47), serta nilai signifikansi (0,000) yang kurang dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,600. Ini menunjukkan bahwa variabel metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk mampu menjelaskan 60% variasi pada variabel keputusan pembelian. Sisanya 40% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini, seperti kualitas pelayanan dan promosi.

Metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Atek Sukses Mandiri. Ini karena ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman belanja yang nyaman, hemat, dan memuaskan. Metode pembayaran digital menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, sementara potongan harga membuat produk terasa lebih terjangkau, sehingga mendorong konsumen untuk membeli dengan lebih percaya diri. Di sisi lain, kualitas produk yang terjamin meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya memperkuat keputusan pembelian mereka. Kombinasi dari ketiga faktor ini menciptakan nilai tambah yang signifikan, tidak hanya menarik minat konsumen baru tetapi juga

mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sekaligus memperkuat posisi PT Atek Sukses Mandiri di pasar.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa. Metode pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Atek Sukses Mandiri. Potongan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Atek Sukses Mandiri. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Atek Sukses Mandiri. Secara bersama-sama, metode pembayaran digital, potongan harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Atek Sukses Mandiri.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

Bagi PT Atek Sukses Mandiri

Untuk meningkatkan keputusan pembelian, PT Atek Sukses Mandiri harus melakukan strategi holistik yang menggabungkan metode pembayaran digital, potongan harga, dan strategi penetapan harga. Dengan pendekatan terpadu, perusahaan dapat memberikan kemudahan transaksi, menarik minat konsumen melalui harga yang kompetitif, dan mengelola harga produk secara strategis untuk meningkatkan daya saing di pasar, sehingga menciptakan keputusan pembelian yang lebih kuat di kalangan konsumen.

Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Disarankan untuk mempublikasikan hasil penelitian ini sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menambahkan variabel lain di luar yang telah diteliti dalam studi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fauzi, Shifa Ashila Salwa, Aniar Safitri, Eka Amelia Chiesa Julianti, & Sindy Nur Fazriyah. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 11–17. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.409>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Alma Buchari. (2019). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung Alfabeta
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen pemasaran jilid 2*, edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Amrullah et al. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda, *jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2), 2016 ISSN print 1907-3011, ISSN online:2528-1127.
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Anggraeni, O. F., Moh. Halim, & Zulkarnaeni, A. S. (2022). Pengaruh E- Commerce, Digital Payment Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember). *UMJember Proceeding Series*, 1.
- APJII. (2022). *Laporan Penyelenggaraan Internet di Indonesia*.
- Darwin, M. dkk. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Fandy Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-4. CV. Andi, Yogyakarta.
- Fauzan, M. I., & Sujana, S. (2022). Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1377>
- Garvin dan David A. (2016). *Strategi Pemasaran*. alih Bahasa Fandy Tjipno, Yogyakarta.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, B. G., & Widoatmodjo, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*/Volume 6/No. 2, 172-177.

- Hardani, dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif .Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniawan, A., Bai'ul Hak, M., Hidayat, A. A., Fadlli, M. D., Wafik, A. Z. P. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Ntb Mall. *Muslimpreneur*, 3, 66–82.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2022). Analisis Data dengan Statistik (2nd ed.). Bumi Aksara.
- Nielsen. (2021). Consumer Insights Report.
- Nubika, I. (2018). Bitcoin mengenal cara Baru Berinvestasi Generasi Milenial. Yogyakarta: Genesis Learning.
- Nugroho, U. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani.Jawa Tengah: CV. Sarnu Untung.
- Nurani, M. (2020). *The Influence Of Product Promotion, Price And Quality Towards Decisions To Buy Wuling Cars In Dealer Wuling Bekasi Summarecon*.
- Okta Viana, E., & Hartati, R. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149–164. <http://bappeda.jogjaprovo.go.id>
- Priansa, J. R. W. dan D. J. (2019). Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer.
- Putri Sahya Fadiah, Fera Kurnianingsih, Rusdi Hidayat N, I. R. K. (2024). Pengaruh metode pembayaran qris terhadap keputusan pembelian pada umkm. 2(2), 219–227.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Tarantang, J., Astuti, A. A. M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. 4, 60–75.
- Wardani, D. K. (2020). Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, dan Asosiatif). Jombang: LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah.
- William J Stanton. (2019). Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Alih Bahasa: Yohanes Lamato. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Yufa, I. H. N., & Lestari, W. D. (2023). Kualitas Pelayanan, Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.