

**PENGARUH POTONGAN HARGA BELANJA *ONLINE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA TAHUN
2020**

SKRIPSI

Oleh

M Hijrah Bimantoro

NIM : 06031381722054

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

**PENGARUH POTONGAN HARGA BELANJA *ONLINE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2020**

SKRIPSI

Oleh

M Hijrah Bimantoro

NIM : 06031381722054

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Disetujui untuk disajikan dalam Ujian Akhir Program Sarjana

Pembimbing,



Drs. Ikbal Barlian, M.Pd
NIP. 196004301986031003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi,



Dr. Dwi Hasmidyani, M.Si
NIP. 198405262009122007



**PENGARUH POTONGAN HARGA BELANJA *ONLINE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2020**

SKRIPSI

Oleh

M Hijrah Bimantoro

NIM : 06031381924043

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Mengesahkan :

Mengetahui,
Koordinator Program Studi,
Pendidikan Ekonomi



Dr. Dwi Hasmidyani, M.Si.
NIP 198405262009122007

Mengesahkan :
Pembimbing,



Drs. Ikbal Barlian M.Pd..
NIP 196004301986031003



**PENGARUH POTONGAN HARGA BELANJA *ONLINE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2020**

SKRIPSI

Oleh

M Hijrah Bimantoro

NIM : 06031381722054

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Telah diujikan :

Hari : Senin

Tanggal : 26 Juni 2023

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi



Dr. Dwi Hasmidyani, M.Si.
NIP 198405262009122007

Palembang, 26 Juni 2023
Mengesahkan,
Pembimbing



Drs. Ikbal Barlian M.Pd.
NIP 196004301986031003



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M Hijrah Bimantoro
NIM : 06031381722054
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Potongan Harga Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya Tahun 2020” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 27Juni 2023

Yang membuat pernyataan



M Hijrah Bimantoro

NIM 06031381722054

PERSEMBAHAN

Sujud syukur saya persembahkan kepada-Mu ya Allah, atas berkat, rahmat, dan takdir-Mu lah yang menjadikan kami manusia yang senantiasa berusaha serta bersabar dalam menjalani kehidupan ini oleh karena itu hanya atas izin dan karunia-Nya lah skripsi ini dapat terselesaikan pada waktunya. Puji syukur yang tak henti mengalir kepada Allah SWT yang telah meridhoi dan mengabulkan do'a. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW. Yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini.

Skripsi ini saya persembahkan secara khusus untuk :

- Ayahanda saya Sukirman, Ibunda saya Yurnaini, Ayuk saya Rinarni, beserta keluarga besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sangat berperan penting didalam proses kehidupan saya selama ini dan juga telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya dan Terima kasih atas semua cinta yang telah kalian berikan kepada saya.
- Kepada teman-teman saya, Fasoli , yanto, latif, leo, husni, doli, niam, mia, ira, salama dan lain-lainnya tidak dapat disebut satu-satu . Sebagai sosok terbaik yang selalu membantu dan selalu ada dalam segala kondisi saya.

- Kepada mrs. F terimah kasih telah bersedia menemani dan menjadikan support system dalam segala kondisi.
- Bapak Dosen Pembimbing Drs. Ikkal Balian, M.Pd selalu sangat sabar senantiasa membimbing saya sampai akhir, terimakasih selalu mengingatkanku untuk ikut bimbingan.
- Almamater Kampus kebanggaan Universitas Sriwijaya khususnya Program Studi Pendidikan Ekonomi beserta segala hiruk pikuknya yang telah memberikan banyak gambaran kehidupan yang sesungguhnya.

Terimakasih atas dukungan dan cinta dari kalian semua.

MOTTO:

“Lihatlah apa yang dikatakan dan jangan lihat siapa yang mengatakan”

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah dan inayah-Nya sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Potongan Harga Belanja *Online* Terhadap perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Univesitas Sriwijaya Tahun 2020” ini dapat penulis selesaikan dengan baik dan lancar. Sholawat bertangkaikan salam tetap selalu tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita dari zaman kegelapan kepada zaman terang-benderang ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar (Sarjana Pendidikan Universitas Sriwijaya Palembang. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, rasanya masih banyak kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki. Semoga hasil penelitian ini dapat berguna, khususnya bagi dunia akademik. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

- Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
- Prof. Dr. Ir. Anis Saggaff., MSCE., IPU., ASEAN Eng., Selaku Rektor Universitas Sriwijaya Palembang
- Dr. Hartono, M.A Selaku Dekan Fakultas Keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Sriwijaya Palembang
- Dr. Dwi Hasmidyani, S.Pd., M.Si Selaku Ketua Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang.

- Drs. Ikbal Barlian, M.Pd Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan Skripsi.
- Kepada segenap Bapak dan Ibu Dosen fakultas Ilmu keguruan dan ilmu pendidikan program studi pendidikan ekonomi universitas sriwijaya Palembang.
- Ayahanda Sukirman dan Ibunda Yurnaini Tercinta yang dengan penuh kesabaran dan pengorbanannya yang selalu memberikan dorongan, bantuan material maupun non material agar penulis dapat menyelesaikan Studi, serta Saudara saya tercinta Rinarni yang selalu menghibur dikala jenuh.
- Terimakasih kepada teman-teman Program Studi Pendidikan ekonomi 2017 yang banyak memberi saran dan motivasi, serta terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang telah kita bangun selama berada di Kampus tercinta.
- Serta kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena hal tersebut tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis. Akhirnya penulis berharap agar Skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dijadikan implikasi selanjutnya bagi mahasiswa.

Penulis



M. Hijrah Bimantoro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDULi

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR PROGRAM SARJANAi

PERNYATAAN.....ii

PERSEMBAHAN.....v

KATA PENGANTAR.....vii

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR TABELxii

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR LAMPIRANxiv

ABSTRAKxv

BAB I.....1

PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Permasalahan Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSAKA.....	5
2.1 Pengertian Internet.....	5
2.2 Pengertian Belanja online, Toko Online, dan Promosi.....	6
2.2.1 Belanja Online	6
2.2.2 Toko Online	7
2.2.3 Promosi	7
2.3 Pengertian Potongan Harga	8
2.4 Indikator Potongan Harga.....	9
2.5 Faktor – faktor Pemberian Potongan Harga	9
2.6 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	11
2.8 Indikator Pengukuran Perilaku Konsumen	11
2.9 Jenis-jenis Perilaku pembelian	12
2.10 Penelitian Relavan	13
2.11 Kajian Teori	17
2.12 Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Tempat Penelitian	19

3.2 Metode Penelitian	19
3.3 Variabel Penelitian.....	19
3.4 Definisi Operasional Variabel	20
3.5 Populasi dan Sampel.....	20
3.5.2 Sampel	20
3.6 Teknik Pengumpulan Data	21
3.6.1 Angket.....	21
3.6.1.1 Uji Validitas.....	22
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	25
3.6.2 Wawancara	26
3.7 Teknik Analisis Data	27
3.7.1. Analisis Data Angket.....	27
3.7.2 Analisis Data Wawancara.....	28
3.7.3 Uji Prasyarat	28
3.7.3.1 Uji Normalitas Data.....	28
3.7.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	30
3.7.4 Uji Hipotesis	31
3.8.4.2 Koefisien Determinan.....	32
3.7.4.3 Uji t.....	33
BAB IV	34
PEMBAHASAN	34
4.1 Deskriptif Data	34
4.1.1 Deskriptif Data Angket	35
4.1.2 Deskriptif Data Wawancara	38
4.1.2.1 Deskriptif Data Wawancara Potongan Harga	38

4.1.2.2 Deskriptif Data Wawancara Perilaku Konsumen	39
4.2 Analisis Data	39
4.2.1 Analisis Data Angket	39
4.2.1.1 Uji Prasyarat.....	39
4.2.1.1.1 Uji Normalitas Data Potongan Harga	39
4.2.1.1.2 Uji Normalitas Data Perilaku Konsumen.....	43
4.2.2 Uji Linieritas Regresi Sederhana	46
4.2.3 Uji Hipotesis	52
4.2.3.1 Uji Korelasi Pearson Product Moment	52
4.2.3.2 Uji Koefisien Determinan	53
4.2.3.3 Uji t	53
4.2.2 Analisis Data Wawancara	54
4.3 Pembahasan.....	56
BAB V.....	61
SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi.....	18
Tabel 3.2 Skor Jawaban Angket.....	19
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Angket.....	19
Tabel 3.4 Hasil Uji Coba Validasi Potongan Harga	21
Tabel 3.5 Hasil Uji Coba Validasi Perilaku Konsumen.....	22
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Angket	23
Tabel 3.7 Kisi-Kisi Wawancara	
Tabel 3.8 Kriteria Penilaian Instrumen Angket	25
Tabel 3.9 Interpretasi Nilai r (Koefisien Korelasi)	29
Tabel 4.1 Penolong Variabel Potongan Harga.....	37
Tabel 4.2 Penolong Menentukan Batas Kelas Variabel Potongan Harga.....	38
Tabel 4.3 Luas 0-Z dan Nilai Kurva Variabel Potongan Harga.....	38
Tabel 4.4 Frekuensi Data Angket Variabel Potongan Harga.....	39
Tabel 4.5 Penolong Variabel Perilaku Konsumen	41
Tabel 4.6 Penolong Menentukan Batas Kelas Variabel Perilaku Konsumen	41
Tabel 4.7 Luas 0-Z dan Nilai Kurva Variabel Perilaku Konsumen.....	42
Tabel 4.8 Frekuensi Data Angket Variabel Perilaku Konsumen	43
Tabel 4.9 Hasil Penolong Angka Statistik	44
Tabel 4.10 Pasangan Variabel Potongan Harga dan Perilaku Konsumen untuk Menentukan Kuadrat Error	46
Tabel 4.11 Uji Linieritas Regresi Data Berbantuan Metode Anova Variabel Potongan Harga dan Perilaku Konsumen	48

DAFTAR GAMBAR

Diagram 4.1 Hasil Angket Potongan Harga.....	32
Diagram 4.2 Hasil Angket Perilaku Konsumen.....	33
Diagram 4.3 Persentase Hasil Angket Potongan Harga Terhadap Perilaku Konsumen	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Usul Judul Skripsi	60
Lampiran 2 Surat Keterangan Pembimbing	61
Lampiran 3 Surat Pengantar Validasi	63
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Angket	64
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Angket.....	66
Lampiran 6 Surat Keterangan Validasi Instrumen Penelitian.....	67
Lampiran 7 Lembar Angket Mahasiswa	68
Lampiran 8 Lembar Pedoman Wawancara Mahasiswa	72
Lampiran 9 Rekapitulasi Hasil Angket	74
Lampiran 10 Surat Izin Keterangan Izin Penelitian	75
Lampiran 11 Dokumentasi Wawancara	78

ABSTRAK

Penelitian ini dengan bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh potongan harga belanja *online* terhadap perilaku konsumen mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya. Peneliti menggunakan metode asosiatif kausalitas dengan menggunakan pengumpulan data angket dan wawancara. Validasi Instrumen menggunakan rumus Korelasi Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya yang berjumlah 24 orang. Teknik analisis data potongan harga belanja *online* diperoleh dari hasil angket dan wawancara, dan analisis data perilaku konsumen juga diperoleh dari hasil angket dan wawancara. Hasil wawancara akan dilakukan reduksi data dan penarikan kesimpulan sedangkan hasil angket akan dilakukan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh potongan harga belanja *online* terhadap perilaku konsumen mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya. Berdasarkan hasil peneliti melakukan analisis data dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh potongan harga terhadap perilaku konsumen mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya. Dengan jumlah rata-rata angka presentase potongan harga dan perilaku konsumen masing-masing sebagian besar mengkategorikan baik, dan dengan angka indikator masing-masing sebagian besar sebanyak 75, 57 %.

Kata Kunci : Potongan Harga, Perilaku konsumen

ABSTRACT

This study to prove the effect of online shopping discounts on consumer Behavior of students of the Economics Education Study Program, Teaching and Education Faculty, Sriwijaya University. The research uses causality associative methods by using questionnaire data collection and interviews. Instrument validation uses the Product Moment Correlation formula and reliability testing uses the Alpha Cronbarch formula. The population in this study were 24 students of the Economic Education Study Program, Faculty of Teaching and Education, Sriwijaya University. Data analysis techniques for online shopping discounts were obtained from questionnaires and interviews, and analysis of consumer Behavior data was also obtained from questionnaires and interviews. The results of the interviews will be carried out by Reducing data and drawing conclusions while the results of the questionnaire will be carried out by testing the hypothesis. The results of this study indicate that there is an effect of online shopping discounts on consumer Behavior of Economic Education students at the Teaching and Education Faculty, Sriwijaya University. Based on the results of the researchers conducting data analysis, it can be concluded that there is an effect of discounted prices on consumer Behavior of students of the Economics Education Study Program, Teaching and Education Faculty, Sriwijaya University. With the average number of discount percentages and consumer Behavior, most of them are in the good category, and with the respective indicator numbers, most are 75.57%.

Keywords: *Discount, customer behaviour*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan internet dunia menunjukkan angka yang sangat signifikan. Hingga tahun 2012 jumlah pengguna internet dunia menembus lebih dari 2,5 milyar dari total 7 milyar populasi di dunia. Indonesia saat itu mencapai angka 63 juta pengguna internet dari 245,5 juta penduduk. Pengguna internet di Indonesia memiliki pertumbuhan yang cenderung meningkat setiap tahunnya, sebagian besar pengguna internet di Indonesia tinggal di pulau Sulawesi dengan 8,45 juta pengguna internet, hasil survey ini di dapatkan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016. Menurut Hasanudin (2022) Di dunia maya, setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lain tanpa batasan apapun yang dapat menghalanginya. *Globalisasi* yang sempurna sebenarnya telah berjalan di dunia maya yang menghubungkan seluruh komunitas digital. Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak kehadiran internet, sektor bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi serta yang paling cepat tumbuh.

Indonesia merupakan negara berkembang yang menjadi target potensial dalam pemasaran produk, baik dari perusahaan lokal maupun internasional, dan Indonesia merupakan Negara ke enam dengan pengguna internet tertinggi, dan Sulawesi selatan peringkat ke tiga dengan pengguna internet terbanyak di indonesia. Agar perusahaan dapat menuai kesuksesan di Indonesia atau di Sulawesi selatan, maka perlu mempelajari karakter unik yang dimiliki konsumen. Karakter unik dalam hal ini adalah perilaku konsumen yang memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan sebagian besar konsumen lain.

Seiring dengan perkembangan jaman, maka kebutuhan manusia semakin bertambah banyak mereka tidak hanya membutuhkan dan menginginkan kebutuhan primer

(makanan, pakaian dan tempat tinggal)saja, tetapi juga memberikan perhatian yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan-kebutuhan sekunder dan primer. Telepon genggam murah dengan fasilitas akses internet, biaya koneksi yang terjangkau internet adalah komunikasi *global* yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan *computer*, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi.

Sebelum adanya internet, pelaku kegiatan ekonomi melakukan kegiatannya dengan cara tradisional. Mulai dari perdagangan, belanja bahkan kegiatan lelang pun dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung, proses transaksi, tawar menawar dan strategi pedagang dalam memikat konsumen pun terlihat nyata. Namun, dengan adanya internet terciptalah teknologi perdagangan secara *online* yang terintegrasi dengan system yang disebut belanja *online*.

Hingga status jejaring sosial yang marak menjadi salah satu contoh perkembangan teknologi informasi informasi yang sangat signifikan pada saat ini. Melalui internet pula dapat memasarkan produk dengan cara membuka toko tanpa ruang fisik dengan mangsa pasar yang luas khususnya di dalam penjualan barang-barang fashion seperti tas, baju, celana, jam tangan, sepatu, kerudung dan lain-lain yang dapat diperjual belikan secara mudah. Belanja *online* juga bisa dikatakan sebagai tempat belanja yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara *online* di internet.

Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh anak muda, generasi muda dalam rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun memiliki angka penetrasi hingga lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia, sedangkan pengguna internet di Sulawesi selatan sebanyak 16,6 persen. Generasi muda dalam rentang usia 20-24 tahun memiliki jenjang pendidikan perguruan tinggi biasa di sebut mahasiswa.

Mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak dapat terpisahkan, partisipasi mahasiswa dalam penggunaan internet menyebabkan mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh internet terutama dalam hal belanja. Belanja secara *online* dapat memberikan beragam kemudahan bagi konsumen diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara *transfer*, dan harga lebih terjangkau, pemakaian internet ini membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa, termasuk dalam hal belanja.

Pada umumnya ada hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam transaksi pembelian yang bisa disebut perilaku konsumen. Secara umum perilaku konsumen dibagi menjadi dua macam yaitu perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irasional. Dalam jual beli *online* seringkali pelaku usaha menawarkan sejumlah potongan harga sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaannya. Pemberiaan potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Dan seperti yang kita ketahui generasi muda atau mahasiswa dan masyarakat Indonesia sangat tergiur dengan potongan harga yang sering kali di tawarkan oleh perusahaan atau toko-toko. Promosi dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai pada barang atau jasa yang sedang diedarkan dipasaran. Kegiatan ini mendorong dan mengarahkan konsumen untuk membeli, sehingga penjualan akan meningkat sesuai tujuan yang diharapkan.

Seperti halnya dari kalangan mahasiswa universitas sriwijaya khususnya program studi pendidikan ekonomi banyak dari mereka sudah menggunakan fitur belanja *online* atau *e-Commerce* melalui *smartphone* dengan jaringan internet yang sudah menyebar luas hampir seluruh daerah terutama daerah perkotaan. Sudah menjadi hal lumrah dari kalangan mahasiswa universitas sriwijaya tentang apa itu belanja *online* dalam mempermudah semua urusan yang dibutuhkan tanpa harus datang ketoko langsung, dengan melalui *smartphone* pekerjaan lebih praktis dilakukan.

Dengan dilihat peristiwa yang terjadi pada pengguna internet di kalangan generasi muda dan mahasiswa perilaku konsumen jika mendapatkan potongan harga, maka penulis bermaksud melakukan penelitian tentang “Pengaruh Potongan Harga Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya”.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan oleh peneliti yaitu apakah terdapat Pengaruh

potongan harga belanja *online* terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya Tahun 2020.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Potongan Harga Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mempunyai beberapa manfaat, antara lain:

- a. Bagi mahasiswa, Penelitian ini bermanfaat untuk sebagai acuan bagi mahasiswa agar lebih paham akan potongan harga terhadap perilaku konsumen, sebagai wahana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan yang lebih professional dalam mengambil keputusan yang baik.
- b. Bagi peneliti, Penelitian ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai referensi agar penelitian dapat berkembang lebih baik sekaligus sebagai refleksi pada diri sendiri mengenai Manfaat Internet dan Potongan Harga Terhadap Perilaku Konsumen di era sekarang ini, serta salah satu upaya untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan yang berharga terutama dalam bidang yang diteliti.
- c. Bagi dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya, Penelitian ini bisa mengarahkan dosen agar mahasiswa praktik langsung dalam Penyuluhan tentang Potongan Harga terhadap Perilaku konsumen.
- d. Bagi prodi Pendidikan Ekonomi, Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan masukan kepada pihak prodi Pendidikan Ekonomi mengenai potongan harga terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Sriwijaya sebagai bekal untuk menciptakan lapangan kerja sendiri setelah menyelesaikan perkuliahan

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Minanfda, 2018. *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Jurnal Ekonomi Universitas Halu Oleo Kendari, Volume 3, Nomor 2, 2018:433-440
- Adiska Octa Paramita. 2014. *Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Mahasiswa/I Program Strata-1 Angkatan 2011/2012 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*.Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Volume 8, Nomor 2
- Amelia Tjahjono. 2013. *Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita*.Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 1, Nomor 2, 2013:1-9.
- Apriliani Kartika Setiowati. 2012. *Sikap Online Shopping Dan Niat Pencarian Informasi Terhadap Niat Dan Perilaku Belanja*.Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Volume 02 Nomor 01
- Awliya Afwa. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi, Persepsi Resiko Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Belanja Online Mahasiswa Di Pekanbaru*. Jurnal Ekonomi Universitas Riau, Pekanbaru. Volume 22, Nomor 3
- Bella Harum Ashari. 2017. *Analisis Deskriptif Dan Tabulasi Silang Pada Konsumen Online Shop Di Instagram (Studi Kasus 6 Universitas Di Kota Surabaya)*. Jurnal Sains Dan Seni Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya. Volume 6, Nomor 1, 2017:2337-3520
- Cokorda Gede Govinda Partha. 2016. *Peran Promosi Dalam Memediasi Lingkungan Pemasaran Online Terhadap Perilaku Pembelian Online (Studi Di Kota Denpasar)*. Jurnal Manajemen Universitas Udayana Bali, Volume 5, Nomor 5, 2016:3053-3079
- Hasyim, S. H., Hasan, M., & Imam, M. 2018. Characteristics of the Consumption Pattern of Household ' s Small Businesses :, 57(Piceeba), 426–433.
- Iqbal Al Khazim, 2016. *Pengaruh Strategi Internet Marketing Terhadap Perilaku Konsumen Lazada.Co.Id Dalam Berbelanja Online Melalui Variabel Electronic Word Of Mouth (Ewom)*.Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Gunadarma, Volume 21, Nomor
- Liang, T. P., & Lai, H. J. (2002). Effect of store design on consumer purchases:Van empirical study of on-line bookstores. *Information and Management*,39, 431-444