# Management Studies and Entrepreneurship Journal

Vol 4(5) 2023 : 7612-7624



# Decisions to Purchase Scientific Books at Merdeka Kreasi Publishers Based on Bestseller Labels and Discounted Prices

Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi Berdasarkan Label Bestseller dan Potongan Harga

## Putri Camelia<sup>1</sup>, Abd. Rasyid Syamsuri<sup>2\*</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan, Indonesia<sup>1,2</sup> Putricamelia@umnaw.ac.id¹ abd.rasyidsyamsuri@umnaw.ac.id²

#### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to analyze the effect of bestseller labels and price discounts on purchasing decisions for scientific books at Merdeka Kreasi Publishers. The population in this study were 171 students of the Faculty of Economics, Nusantara Muslim University Al-Washliyah who purchased Scientific Books from Merdeka Kreasi Publishers during July-December 2022. The sample studied was calculated using the slovin formula with a significance level of 0.05. The total number of respondents in this study were 120 consumers. Data collection techniques in this study used observation, documentation and questionnaires with a Likert scale. Methods of data analysis using validity, reliability, classical assumptions, and multiple linear regression with the help of the SPSS (Statistical Product Software Solution) program. The results of the study prove that the Bestseller Label has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Price Discounts have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. The results of the study simultaneously Bestseller labels and price discounts have a positive and significant effect on the decision to buy scientific books at Merdeka Kreasi publishers. The coefficient of determination (R2) is 0.752. This means that 75.2% of purchasing decisions can be explained by Bestseller Labels and Discounts.

Keywords: Bestseller Labels, Discounts, Purchase Decisions

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh label bestseller dan potongan harga terhadap keputusan pembelian buku ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Muslim Nusantara Al-Washliyah yang melakukan pembelian Buku Ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi sebanyak 171 orang selama bulan Juli-Desember 2022. Sampel yang diteliti dihitung melalui rumus *slovin* dengan tingkat signifikansi 0,05. Jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 120 konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, dokumentasi serta kuesioner dengan skala likert. Metode analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product Sofware Solution*). Hasil penelitian membuktikan bahwa Label Bestseller berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,752. Hal ini berarti 75,2% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh Label Bestseller dan Potongan Harga.

Kata Kunci: Label Bestseller, Potongan Harga, Keputusan Pembelian

## 1. Pendahuluan

Industri buku Indonesia menghadapi tantangan yang tidak mudah, apalagi internet telah mempermudah pencarian informasi (Nugroho, 2020). Kemudahan mencari dan menggunakan informasi di internet mempengaruhi penerbitan buku. Menurut Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), omzet usaha penerbitan buku menurun 10% pada tahun 2017 (Nugroho, 2020). Para pelaku industri buku berusaha mengajak generasi muda untuk membaca, namun maraknya teknologi digital mulai mengalihkan perhatian publik dan membuat mereka melek perangkat. Pada tahun 2016, studi Central Connecticut State University tentang negara-negara terpelajar di

<sup>\*</sup>Corresponding Author

dunia menempatkan Indonesia pada peringkat ke-60 dari 61 negara dalam hal literasi (Central Connecticut State University, 2016).

Penerbit Merdeka Kreasi Group berkomitmen sepenuhnya menghadirkan buku-buku ajar (teks book) dan buku referensi utama berkualitas bagi dunia akademik maupun umum. Komitmen tersebut terus dipelihara dan diwujudkan dengan kerja sama saling menguntungkan antara kami penerbit, penulis, dan masyarakat pembaca.

Dari hasil penerbitan buku tersebut, buku yang laris diberi predikat bestseller. Istilah label *bestseller* berarti buku tersebut laris serta banyak diminati oleh para konsumen maupun pembaca, dicari banyak orang, dibaca banyak orang, yang dibuktikan dengan hasil penjualan yang tinggi. Ada beberapa indikator yang digunakan dalam kategori label *bestseller* seperti prospek penjualan per minggu minimal dan Merek terlaris. Hal ini akan menjadi nilai tambah bagi konsumen.

Sebuah buku pasti menarik manakala ada best seller yang disematkan. Buku best seller ternyata tidak selalu murni dan benar-benar meraih angka penjualan terbaik ataupun karena kualitasnya menjadi favorit pembaca. Ada hal-hal lain yang menyebabkan buku tersebut dinobatkan sebagai best seller. Salah satunya karena banyaknya konsumen yang membeli buku tersebut. Buku-buku best seller saat ini banyak didominasi oleh buku-buku ilmiah dan buku motivasi. Namun, ada beberapa karya best seller yang penjualannya tidak berbanding lurus dengan kualitas isinya.

Morissan (2015), mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap yang dirasakan konsumen setelah adanya niat atau keinginan membeli. Keputusan pembelian berbeda dengan pembelian sebenarnya. Ketika konsumen memilih untuk membeli suatu merek, konsumen tersebut harus melaksanakan keputusan dan melakukan pembelian sebenarnya. Berikut ini adalah hasil data prasurvey yang dibagikan kepada 30 responden (Konsumen Buku Ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi) pada Tabel 1:

**Tabel 1. Hasil Data Prasurvey Keputusan Pembelian** 

No	Pernyataan	Setuju	Persentase	Tidak setuju	Persentase
1	Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena banyak pilihan dan jenis buku yang diberikan	14	47%	16	53%
2	Buku dari Penerbit Merdeka Kreasi selalu menjadi pilihan Saya ketika membeli buku	15	50%	15	50%
3	Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena mudah dicari dimanapun	18	60%	12	40%
4	Waktu pembelian buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi bisa Saya lakukan kapanpun dan dimanapun	19	63%	11	37%
5	Saya dimudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran melalui transfer maupun cash	22	73%	8	27%

Sumber: Hasil Prasurvey, 2023

Tabel 1 dari hasil Pra Survey keputusan pembelian menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa konsumen yang memberikan penilaian "tidak setuju" terhadap pernyataan dari "Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena banyak pilihan dan jenis buku yang diberikan" sebanyak 53%. Menurut temuan observasi dan penyebaran kuesioner pra-survei oleh peneliti kepada responden, Penerbit Merdeka Kreasi masih sangat terbatas dalam memproduksi buku-buku yang lebih update, sehingga Penerbit Merdeka Kreasi masih kurang dalam hal menawarkan lebih banyak pilihan buku kepada pelanggan. Pasalnya, Penerbit Merdeka Kreasi saat ini hanya mencetak jenis buku tertentu dengan spesialisasi masing-masing bidang. Penerbit Merdeka Kreasi dapat merilis lebih banyak jenis buku di setiap bidang ilmu dan konsentrasi untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

Selain keputusan pembelian, label bestsaller juga perlu diperhatikan dalam menjual suatu produk kepada konsumen. Nuraini (2015) mengatakan best seller dapat dicapai jika idiologi sastra populer sama dengan idiologi pembaca. untuk itu diperlukan potongan harga, salah satu bentuk potongan dalam dunia penerbitan buku adalah menjual harga buku agar konsumen merasa tidak berat dalam membeli produk yang dijual. Berikut ini adalah hasil kuesioner prasurvey dari 30 orang responden yang dimuat pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Data Prasurvey Label Bestsaller

	Tabel 2. Hasii Data Prasurvey Label Bestsailer								
No	Pernyataan	Setuju	Persentase	Tidak setuju	Persentase				
1	Saya membeli buku ilmiah Penerbit								
	Merdeka Kreasi lewat iklan dari	21	70%	9	30%				
	Facebok, Instagram dan sejenisnya								
2	Saya membeli buku ilmiah Penerbit								
	Merdeka Kreasi melalui marketplace	19	63%	11	37%				
	shopee								
3	Saya tertarik membeli buku ilmiah								
	Penerbit Merdeka Kreasi karena	21	70%	9	30%				
	melihat dan membaca resensi serta	21	7070	9	30/0				
	gambaran singkat isi buku								
4	Saya membeli buku ilmiah Penerbit								
	Merdeka Kreasi dikarenakan penulis								
	buku tersebut memberikan banyak	22	73%	8	27%				
	kontribusi pada Penerbit Merdeka								
	Kreasi								
5	Saya tertarik membeli buku ilmiah								
	Penerbit Merdeka Kreasi karena								
	sudah membaca testimoni dari	17	57%	13	43%				
	orang-orang yang sebelumnya								
	membeli buku ini.								
6	Saya membeli buku ilmiah Penerbit								
	Merdeka Kreasi karena mendapatkan	13	43%	17	57%				
	potongan harga								
7	Saya tertarik membeli buku ilmiah								
	Penerbit Merdeka Kreasi karena ada	15	50%	15	50%				
	cendramata kepada konsumen ketika								
	melakukan pembelian								

Sumber: Hasil Prasurvey, 2023

Hasil jawaban responden, masih ada yang menjawab "tidak setuju" dari pernyataan "Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena mendapatkan potongan harga" sebanyak 17 orang (57%). Berdasarkan temuan pengamatan peneliti, Penerbit Merdeka Kreasi saat ini belum bisa memberikan diskon besar (diskon yang signifikan) kepada pelanggan. Karena

tingginya tingkat persaingan yang memaksa pelanggan untuk sering berpindah lokasi dalam membeli buku. Alhasil, Penerbit Merdeka Kreasi terus memproduksi buku-buku berkualitas tinggi dalam upaya mengubahnya menjadi buku terlaris yang akan menarik lebih banyak pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Berikut ini adalah beberapa judul buku terlaris Penerbit Merdeka Kreasi:



Gambar 1. Buku Bestsaller Penerbit Merdeka Kreasi

Sumber: Penerbit Merdeka Kreasi, 2023

Saat ini Penerbit Merdeka Kreasi terus menerbitkan buku-buku ilmiah, khususnya untuk buku perkuliahan. Penerbit Merdeka Kreasi juga terus menghadirkan produk berlabel bestseller untuk setiap jenis buku yang diharapkan dapat menarik minat konsumen. Penerbit Merdeka Kreasi selalu menghasilkan buku dengan rating bestseller, dengan harapan dapat mempengaruhi lebih banyak orang untuk melakukan pembelian.

Menurut Nainggolan (2018), potongan harga atau *discount* adalah pengurangan dari harga dalam daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang menyerahkan sejumlah fungsi pemasaran atau menyediakan sendiri fungsi tersebut. Untuk melihat fenomena mengenai potongan harga, maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner prasurvey yang diberikan kepada 30 orang responden pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Data Prasurvev Potongan Harga

	Tabel 3. Hasii Data Flasuivey Fotoligan Haiga							
No	Pernyataan	Setuju	Persentase	Tidak setuju	Persentase			
1	Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi dikarenakan mudah didapatkan dimana saja	20	67%	10	33%			
2	Saya membei buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena unggul dari segi kualitas dan kuantitas.	11	37%	19	63%			

No	Pernyataan	Setuju	Persentase	Tidak setuju	Persentase
3	Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena harga yang terjangkau	19	63%	11	37%
4	Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena sangat menguntungkan bagi pembaca	23	77%	7	23%
5	Saya membeli buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena harga yang diberikan oleh Penerbit Merdeka Kreasi lebih terjangkau dibanding penerbit lainnya	16	53%	14	47%

Sumber: Hasil Prasurvey, 2023

Tabel 3, menunjukkan bahwa responden yang menjawab "tidak setuju" pada pernyataan "Saya membei buku ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi karena unggul dari segi kualitas dan kuantitas" sebanyak 19 orang atau 63%. Penerbit Merdeka Kreasi masih belum mampu memberikan potongan harga yang tinggi sehingga hal tersebut menjadikan keputusan pembelian bersifat fluktuatif. Buku yang di terbitkan Merdeka Kreasi masih memiliki kualitas kertas yang biasa saja, tanpa ada keunggulan tersendiri. Akan tetapi cover buku yang diterbitkan Merdeka Kreasi memiliki kemawahan tersendiri karena mencantumkan desain yang *update*, sehingga konsumen masih tertarik untuk membeli buku. Agar meningkatkan pembelian, penerbit Merdeka Kreasi harus mampu memberikan diskon yang signifikan untuk mendorong pelanggan membeli dalam jumlah besar jika ingin mempengaruhi pilihan pembelian konsumen.

## 2. Tinjauan Pustaka Label Bestsaller

Menurut Stanton (2016), label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Menurut Adinugraha, dkk (2017) label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label adalah suatu bagian dari suatu produk yang membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan tentang produk dalam (Tjiptono, 2017). Best seller dimaksudkan untuk mengatakan bahwa sebuah buku itu sedang laris, dicari banyak orang, telah dibaca banyak manusia, terbukti dari hasil penjualannya yang tinggi. Menurut Apandi (2019) indikator untuk menyematkan label best seller adalah 1) Mengiklankannya di media sosial disertai dengan sinopsisnya, 2) Mengirim pesan kepada orang-orang yang diperkirakan akan membutuhkan atau tertarik memiliki buku tersebut, 3) Membuat resensi buku sebagai gambaran singkat isi buku dan argumen-argumen untuk menarik minat membaca untuk memiliki buku tersebut, 4) Bekerja sama dengan penerbit, organisasi profesi guru, komunitas, atau organisasi lainnya untuk membedah buku tersebut, 5) Meminta pembaca pembaca buku untuk membuat testimony terhadap buku yang telah dibaca oleh mereka, 6) Memberikan diskon harga buku yang dijual, 7) Memberikan bonus bagi pembeli buku.

### **Potongan Harga**

Price Discount atau potongan harga merupakan salah satu bentuk dari promosi penjualan yang sering diterapkan oleh pemasar di toko offline dan online yang lebih ditujukan kepada konsumen akhir. Diskon diterapkan dalam bentuk pengurangan persenan maupun jumlah

nominal uang yang dikurangi dari harga normal. Potongan harga adalah penurunan harga yang dilakukan oleh pemasar dan diberikan kepada pelanggan pada produk dan periode tertentu untuk menarik perhatian dan merangsang keinginan konsumen untuk mendapatkan produk (Sonata, 2019). Menurut Kotler dan Keller, (2016) *price discount*, merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk. Sedangkan menurut Tjiptono (2017) diskon adalah potongan harga yang diberi dari penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Novirsari (2019) berpendapat potongan harga merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk, yang tertera di label atau kemasan produk tersebut. Menurut Sedangkan Kotler dan Keller (2016) mengemukakan indikator price discount yaitu 1) Produk melimpah, 2) Adanya persaingan pasar, 3) Persaingan harga, 4) Meningkatkan kuantitas pembelian, 5) Menguntungkan beberapa pelanggan, 6) Mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah.

### **Keputusan Pembelian**

Sumber informasi mengenai suatu produk dapat membantu untuk memberi penilaian terhadap produk tersebut. Keadaan ini membuat konsumen semakin cerdas dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian, (Syamsuri, dkk, 2022). Trifts dan Buchwitz (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahapan dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai proses ysng dilakukan konsumen dalam membeli, memilih, dan menggunakan produk untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan mereka. Weenas, (2019) menyatakan Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang dikombinasikan guna mengevaluasi beberapa sikap alternatif serta memilah salah satu diantara lain.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016) yaitu hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen sehingga akan menciptakan niat pembelian pada suatu produk atau jasa sesuai dengan merek yang paling disukai oleh konsumen. Perilaku konsumen merujuk pada perilaku membeli konsumen akhir-individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Selain itu Machfoedz (2017) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dari beberapa definisi para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi yang menetapkan suatu pilihan yang dianggap memuaskan atau menguntungkan. Menurut Kotler dan Keller (2016) Terdapat enam indikator keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu *Product choice* (pilihan produk), *Brand choice* (pilihan merek), *Dealer choice* (pilihan tempat penyalur), Purchase timing (waktu pembelian), Payment method (metode pembayaran).

## 3. Metode Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Label Bestseller dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi. Jenis penelitian adalah kuantitatif dan Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Muslim Nusantara Al-Washliyah yang melakukan pembelian Buku Ilmiah Penerbit Merdeka Kreasi sebanyak 171 orang selama bulan Juli-Desember 2022. Sampel yang diteliti dihitung melalui rumus *slovin* dengan tingkat signifikansi 0,05. Jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 120 konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan observasi, dokumentasi serta kuesioner dengan Skala Likert. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda.

### **Hipotesis**

Sujarweni (2019) menjelaskan, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari:

- H<sub>1</sub>: Label *Bestsaller* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi.
- H<sub>2</sub>: Potongan Harga berengaruh terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi.
- H<sub>3</sub>: Label *Bestseller* Dan Potongan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi.

### 4. Hasil dan Pembahasan

# **Uji Validitas**

Uji validitas terlebih dahulu dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 30 responden diluar sampel pada konsumen yang melakukan pembelian buku di Penerbit Merdeka Kreasi dengan kriteria signifikan 0,5. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4:

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas** 

	raber 4. Hasir Oji Validitas							
Variabel	Indikator	Correlation Pearson	Kriteria Tolak Ukur Nilai	Informasi				
	Mengiklankannya di media sosial disertai dengan sinopsisnya.	0,928	0,5	Valid				
	Mengirim pesan kepada orang- orang yang tertarik memiliki buku tersebut.	0,901	0,5	Valid				
	Membuat <i>layout</i> buku	0,868	0,5	Valid				
Label Bestsaller $(X_1)$	Bekerja sama dengan organisasi profesi	0,881	0,5	Valid				
	Meminta pembaca buku untuk membuat testimony buku	0,833	0,5	Valid				
	Memberikan diskon harga buku yang dijual.	0,913	0,5	Valid				
	Memberikan bonus bagi pembeli buku	0,880	0,5	Valid				
	Produk berkualitas	0,662	0,5	Valid				
	Adanya persaingan pasar	0,842	0,5	Valid				
Potongan Harga	Persaingan harga	0,764	0,5	Valid				
(X <sub>2</sub> )	Menguntungkan pelanggan	0,682	0,5	Valid				
	Mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah	0,831	0,5	Valid				
	Pilihan produk	0,901	0,5	Valid				
Keputusan	Pilihan merek	0,813	0,5	Valid				
Pembelian	Pilihan tempat penyalur	0,513	0,5	Valid				
(Y)	Waktu pembelian	0,837	0,5	Valid				
	Metode pembayaran	0,875	0,5	Valid				

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan Tabel 4, pengujian dari seluruh pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5. Dengan demikian, seluruh pertanyaan dari label *bestsaller*, potongan harga dan keputusan pembelian, adalah valid dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

### Uji Reliabilitas

Menurut Husein (2016), uji reliabilitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dapat digunakan oleh peneliti untuk menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat kehandalan. Nilai koefisien yang baik adalah 0,7. Pengukuran validitas dan realibilitas mutlak dilakukansebagai tolak ukur dari variabel

**Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas** 

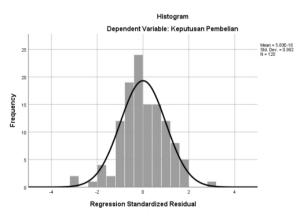
Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria Tolak Ukur Nilai	Informasi
Label Bestsaller (X <sub>1</sub> )	0,805	0,7	Reliabel
Potongan Harga (X <sub>2</sub> )	0,795	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,805	0,7	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, yang ditunjukkan dengan nilai dari masing-masing instrumen memiliki nilai > 0,7.

# Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan melalui analisis grafik dan uji statistik. Berikut disajikan hasil uji normalitas yang menggunakan grafik histogram.



Gambar 2. Grafik Histogram

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan pada grafik histogram, data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk cekung dengan sempurna. Dapat dikatakan normal jika garis telah membentuk cekung keatas. Hasil uji normalitas selanjutnya akan diuji dengan menggunakan uji secara statistik yaitu dengan uji *One-Sampel Kolmogrov Smirnov Test* seperti pada Tabel 6:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas *One-Sampel Kolmogrov Smirnov Test*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01917986
Most Extreme	Absolute	.052

Differences	Positive	.052
	Negative	052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) seluruh variabel sebesar 0,200. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka nilai residual tersebut telah normal, sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terjadi masalah multikolonieritas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang terbebas dari masalah multikolonieritas. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai toleransi < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Hasil uji asumsi multikolonieritas dapat dimuat pada Tabel 7,

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity	Statistics
Model		В	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.694	1.133			
	Label Bestsaller	.148	.043	.189	.693	1.442
	Potongan Harga	.765	.057	.748	.693	1.442

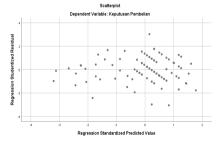
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dan *VIF* dari label bestseller dan potongan harga sebesar (0,693 > 0,10), (1,442 < 10) sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

# Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari pengamatan yang lain. Hasil pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3:



**Gambar 3. Grafik Scatterplot** Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan gambar 3, dapat dilihat bahwa data menyebar secara acak sekitar sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

### Regresi linear berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mencari hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji analisis regeresi linier berganda pada penelitian ini dapat dimuat pada Tabel 8:

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity	/ Statistics
Model		В	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.694	1.133			
	Label Bestsaller	.148	.043	.189	.693	1.442
	Potongan Harga	.765	.057	.748	.693	1.442

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 8 membuktikan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 0,694, b1 sebesar 0,148, b2 sebesar 0,765 sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda Y = 0,694 + 0,148  $X_1$  + 0,765  $X_2$  + e, Dari persamaan regresi tersebut dapat dinyatakan bahwa Konstanta (a) = 0,694. Artinya, jika label bestseller dan potongan harga bernilai 0 maka keputusan pembelian sebesar 0,694. Koefisien regresi label bestsaller = 0,148, artinya jika label bestsaller meningkat sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,148. Koefisien regresi potongan harga = 0,765, artinya jika potongan harga meningkat sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,765.

### Uji parsial (Uji t)

Uji t (Parsial) bertujuan untuk menganalisi pengaruh variabel-variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t) Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardize	d Coefficients	Standardized Coefficients		
Model		В	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.694	1.133		.613	.541
	Label Bestsaller	.148	.043	.189	3.424	.001
	Potongan Harga	.765	.057	.748	13.515	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t tabel pada df = n-k-1 = 120-2-1 = 117 dengan taraf signifikan 5% (0,05) atau 1,9804. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi berganda melalui nilai t-hitung > t-tabel (3,424 > 1,9804) dan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Artinya, label bestseller berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai yang diperoleh dari nilai t-hitung > t-tabel (13,515 > 1,9804) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya potongan harga positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamasama simultan mempengaruhi variabel *depende*n. Hasil Uji F pada penelitian ini dimuat pada Tabel 10:

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA<sup>a</sup>

		Sum of				
Mode	el	Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	374.258	2	187.129	177.124	.000 <sup>b</sup>
	Residual	123.609	117	1.056		
	Total	497.867	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Potongan Harga, Label Bestsaller

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 10 membuktikan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 177,124 dengan  $\alpha$  = 5%, dk pembilang: 2, dk penyebut: 120-2 (5%; 2; 118; Ftabel 3,07) dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,07. Nilai  $F_{hitung}$  (177,124) >  $F_{tabel}$  (3,07), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menjelaskan bahwa label bestsaller ( $X_1$ ) dan potogan harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ( $Y_1$ ).

## Koefisien determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil analisis determinasi dalam penelitian ini dimuat pada Tabel 11:

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi ((R<sup>2</sup>) Model Summary<sup>b</sup>

			Adjusted R	Std. Error of
Model	R	R Square	Square	the Estimate
1	.867ª	.752	.747	1.028

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 11, terlihat nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,752. Hal ini berarti 75,2% variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variabel *independen* sedangkan sisanya sebesar 24,8%) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

### Pengaruh Label Bestsaller Terhadap Keputusan Pembelian

Label bestseller berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung > t-tabel (3,424 > 1,9804) dan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05.

Menurut Stanton (2016), label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aryani (2020) yang menyatakan bahwa label bestseller berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika kepuasan konsumen baik dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk, maka konsumen tersebut akan melakukan keputusan pembelian berulang untuk kedepannya dan dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Sebagian besar konsumen hendak membeli suatu produk dikarenakan produk yang dijual seperti buku memiliki kualitas yang unggul serta istimewa. Tidak terlepas dari penulis buku tersebut memberikan banyak kontribusi terhadap Penerbit Merdeka Kreasi seperti halnya

guru/dosen yang merekomendasikan buku tersebut kepada mahasiswanya ataupun orang-orang yang membeli buku pada Penerbit Merdeka Kreasi lalu merekomendasikan kepada orang lain sehingga terjadinya keputusan pembelian konsumen.

### Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Potongan harga positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung > t-tabel (13,515 > 1,9804) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 .

Tjiptono (2017) menjelaskan diskon adalah potongan harga yang diberi dari penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Apriliyanti (2023), Silaban dan Koryati (2022), serta Sarah (2022) menjelaskan bahwa potongan harga (diskon) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk seperti buku dikarenakan berbagai faktor. Salah satunya adalah potongan harga yang diberikan kepada konsumen. Jika semakin besar potongan harga terhadap suatu produk, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Selain itu, dapat dilihat juga dari kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut, seperti halnya cover yang dimiliki oleh Penerbit Merdeka Kreasi lebih menarik, isi materi buku yang terlihat lebih unggul serta bahasa yang mudah dipahami, kualitas buku seperti kertas yang digunakan tidak mudah robek.

### Pengaruh Label Bestsaller Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Label bestsaller ( $X_1$ ) dan potogan harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai  $F_{hitung}$  (177,124) >  $F_{tabel}$  (3,07), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 serta nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan ( $X_1$  Square) sebesar 0,752 menunjukkan hubungan dan pengaruh variabel *dependen* yang dijelaskan oleh variabel *independen*.

Evaluasi suatu produk dapat dibantu oleh sumber-sumber pengetahuan tentang produk tersebut. Pelanggan menjadi lebih bijak dalam mengambil keputusan terkait pembelian akibat kondisi tersebut (Syamsuri et al., 2022). Silaban dan Koryati (2022), Aryani (2020), Apriliyanti (2023), dan Sarah (2022), telah melakukan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa label terlaris dan pengurangan harga memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen akan meningkat jika suatu produk laris dan kualitasnya baik. Kemudian, jika barang yang ditawarkan juga memiliki banyak potongan harga, maka akan mempengaruhi lebih banyak orang untuk membeli produk tersebut.

#### 5. Penutup

Label Bestseller berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi. Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi. Label Bestsaller dan Potongan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Buku Ilmiah pada Penerbit Merdeka Kreasi.

Penerbit Merdeka Kreasi dapat menjual buku yang berlabel bestseller pada Store-Store besar seperti Gramedia, Salemba dan lainnya, agar dapat meningkatkan pembelian terhadap produk yang dijual. Penerbit Merdeka Kreasi harus mampu memberikan potongan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen serta memberikan harga yang lebih terjangkau sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Kedepannya, Penerbit Merdeka Kreasi harus mampu untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan cara menciptakan buku-buku yang memiliki kualitas yang baik serta berbeda dari yang lain baik dari segi cover yang lebih menarik, dan kualitas kertas yang tidak mudah robek

### **Daftar Pustaka**

- Adinugraha, Hermawan, H., Wikan, I., Sartika, M., (2017). Persepsi label halal bagi remaja sebagai indikator dalam keputusan pembelian produk: As a Qualitative Research. Perisai; Islamic Banking and Finance Journal. 1(3), 180-195
- Apriliyanti, N. A. (2023). Pengaruh diskon, tren mode, citra merk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Uniska Mab Banjarmasin (Skripsi, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Aryani, E. Pengaruh label best seller terhadap kepuasan pembelian Buku (Studi Kasus Toko Buku Gramedia Se-Tangerang Selatan) (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Central Connecticut State University. (2016). World's most literate nations. https://www.ccsu.edu/wmln/rank.html
- Husein, U. (2016). Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. Keller, K.L. (2016), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, I (2017). Pendidikan kesehatan bagian dari promosi kesehatan. F Tranaya: Yogyakarta.
- Morissan. (2015). Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group
- Nainggolan., (2018)., Analisis pengaruh merek, potongan harga dan Iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Ramayana Lestari Sentosa TBK Di Kota Batam. 3(1), 84-95
- Nugroho, S. (2020, 8 September). Masa depan industri penerbitan. www.kontan.co.id.,https://analisis.kontan.co.id/news/masa-depan-industri penerbitan
- Nuraini, C. (2015) "Idiologi kapitalisme dalam sampul fiksi Islam Indonesia", Jurnal Arkhais. 6(1), 7-14 Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu, 12(2), 101-111.
- Sarah, Y. (2022). The Effect of Giving Discounts and Brand Image on Purchasing Decisions. Matua Jurnal, 4(4), 768-783.
- Silaban, S. E., Koryati, D. (2022). Pengaruh harga dan diskon terhadap keputusan pembelian di aplikasi shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya (Skripsi, Universitas Sriwijaya).
- Sonata, I. (2019). Pengaruh price discount dan in-store display terhadap keputusan impulse buying pada Produk Miniso. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.
- Stanton, William J. (2016). Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh, Jilid I. Jakarta:Erlangga.
- Sujarweni, V. (2019) Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syamsuri, A. R., Anggraini, C. W., Pratiwi, D. P., & Afriliana, S. (2022). Keputusan Pembelian Masker Merek Sensi (Non Medis) Berdasarkan Kualitas dan Citra Merek Dimasa Covid-19. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 2(1), 53-66.
- Tjiptono, F. (2017). Service Manajemen mewujudkan layanan prima. Yogyakarta: CV. Andi offset.
- Trifts, V., Buchwitz, L. A. (2017). Marketing an introduction (6th ed.). Pearson Education.
- Weenas, J. R. S. (2019). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4).