

**PRICE MEMEDIASI TERM OF PAYMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION**

**UFI RUMEFI**  
**AGUS ANDI SUBROTO**  
Achmad Murtadho  
Prodi Akuntansi Institut Teknologi dan Bisnis Yadika Pasuruan  
[ufirumefi@itbyadika.ac.id](mailto:ufirumefi@itbyadika.ac.id)  
[agusandisubroto@itbyadika.ac.id](mailto:agusandisubroto@itbyadika.ac.id)  
[achmad\\_murtadho@itbyadika.ac.id](mailto:achmad_murtadho@itbyadika.ac.id)

**Abstrak**

Tujuan Penelitian Ini Adalah Untuk Menganalisis *Pengaruh Term Of Payment Terhadap Purchase Intention* Dengan *Price* Sebagai Variabel Mediasi. Jenis Penelitian Ini Adalah Penelitian Kuantitatif. Metode Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah *Purposive Sampling* Dengan Menyebarkan Kuesioner Yang Dibantu Dengan Alat Uji SPSS 25. Berdasarkan Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Persamaan Regresi Pertama Pada Penelitian Ini Sebagai Berikut:  $Y = 1,066 + 0,708 X_1 + E$ , Hasil Uji Hipotesa Untuk Persamaan I Menunjukkan Nilai Signifikasinya Sebesar 0,000 (Berada Dibawah 0,05.) Sehingga Hipotesa Diterima. Sedangkan Persamaan Regresi Kedua Adalah  $Y = 3,795 + 0,234X_1 + 0,289X_2 - 0,220 [Absx1\_X_2] + E$ , Pada Tabel Coefficient Diatas Dapat Diketahui Bahwa Nilai Signifikasi ZX1 Sebesar 0,000 Dan Nilai ZX2 Sebesar 0,000 Artinya Kedua Variabel Tersebut Berpengaruh Signifikan Terhadap *Purchase Intention*, Sedangkan Untuk Nilai Signifikasi Absx1-X2 Sebesar -2,758 (Diatas 0,05) Artinya Bahwa Variable *Price (Z)* Bukan Variabel Yang Mampu Memoderasi *Term Of Payment (X1)* Terhadap Variabel *Purchase Intention (Y)* Atau Disebut Dengan *Predictor Moderation*.

Kata Kunci : *Term Of Payment, Price Dan Purchase Intention*

**Abstract**

The Purpose Of This Study Was To Analyze The Effect Of Term Of Payment On Purchase Intention With Price As A Mediating Variable. This Type Of Research Is Quantitative Research. The Method Used In This Research Is Purposive Sampling By Distributing Questionnaires Assisted By The SPSS 25 Test Tool. Based On The Results Of The Study, It Shows That The First Regression Equation In This Study Is As Follows:  $Y = 1.066 + 0.708 X_1 + E$ , The Hypothesis Test Results For Equation I Show A Significance Value Of 0.000 (Below 0.05.) So That The Hypothesis Is Accepted. While The Second Regression Equation Is  $Y = 3.795 + 0.234X_1 + 0.289X_2 - 0.220 [Absx1\_X_2] + E$ , In The Coefficient Table Above, It Can Be Seen That The ZX1 Significance Value Is 0.000 And The ZX2 Value Is 0.000, Meaning That The Two Variables Have A Significant Effect On Purchase Intention, Meanwhile, The Significance Value Of Absx1-X2 Is -2.758 (Above 0.05), Meaning That The Price (Z) Variable Is Not A Variable That Is Able To Moderate Term Of Payment (X1) On The Purchase Intention (Y) Variable Or Called Predictor Moderation.

Keyword : *Term Of Payment, Price Dan Purchase Intention*

## PENDAHULUAN

Seiring dengan tingginya tingkat persaingan dalam usaha para pelaku usaha mulai memutar otak dengan cara berinovasi dalam berbagai hal guna meningkatkan penjualan sehingga usaha dapat tetap bersaing dan bertahan secara berkesinambungan banyak hal yang bisa dilakukan agar usaha tetap dapat bertahan pada saat kondisi persaingan yang semakin tak terkedali persaingan disini bisa meliputi persaingan harga (*Price*), kemudahan pembayaran, penambahan kuantitas barang dan lain sebagainya.

Kegiatan usaha menopang sebagian besar kehidupan masyarakat Indonesia pada tingkat ekonomi menengah kebawah. Usaha dagang semakin di gemari karena mudahnya dalam kegiatan sehari-hari dan tanpanya izin yang terlalu sulit, masyarakat memegang peranan penting dalam kegiatan ini karena usaha dagang baik pembelian maupun penjualan dilakukan oleh masyarakat.

Bentuk-bentuk persaingan usaha bisa bermacam-macam mulai dari harga, inovasi produk, jangka waktu pembayaran, pemilihan kualitas atau kuantitas produk, pelayanan yang baik dan lain sebagainya, sehingga dari hal tersebut dapat membuat

konsumen mau kembali ke membeli di tempat yang sama.

Penelitian yang dilakukan oleh Ufi Rumefi dengan judul “*Pengaruh Pengalaman Berbelanja, hubungan dengan baik dan jangka waktu pembayaran terhadap pembelian ulang*”

menyatakan bahwa Pengalaman Pembeli, relasi pembeli, dan Jangka Waktu Pelunasan secara kolektif berkontribusi sebesar 79,5% varians dalam Niat Membeli, dengan 20,5% sisanya dikaitkan dengan faktor-faktor yang tidak diperiksa. Khususnya, Hubungan Pelanggan muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh, sementara *Term of Payment* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Niat Membeli. Studi ini memajukan pemahaman kita tentang interaksi bernuansa antara faktor customer-centric dan keputusan pembelian, menawarkan implikasi untuk meningkatkan strategi keterlibatan pelanggan. (Rumefi, 2023) ketidaksearahan atas hasil penelitian yang dihasilkan oleh Ufi Rumefi dengan judul “Pengaruh jangka waktu pembayaran, penanganan komplain dan pemsaran dari mulut ke mulut terhadap *Purchase Intention* memperoleh hasil uji per variabel dari variabel X1 yang di wakili

jangka waktu pembayaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi,  $0.002 < 0.005$ , serta variabel penanganan komplain berpengaruh signifikan royalti pelanggan dengan nilai t.sig sebesar  $0.025 < 0.05$ , variabel promosi dari mulut ke mulut pada pasrisl tidak berpengaruh terhadap pelanggan variabel loyalitas dengan nilai signifikansi  $0.391 > 0.05$ . (Rumefi, Pengaruh Term Of Payment, Compling Handling Dan E-Wom Terhadap Customer Loyalty, 2021)

Maka dibuatlah penelitian baru yang memunculkan variabel modrasi.

## **METODE**

Pemeriksaan tersebut merupakan eksplorasi faktual dimana eksplorasi ini menggambarkan hubungan antara suatu keanehan dengan apa yang tampak pada keanehan tersebut pada berbagai faktor.

Menurut Sugiyono (2011:72) Istilah "populasi" mengacu pada daerah yang luas dengan struktur benda-benda ataupun orang-orang dengan quality dan karakter yang sesuai dipilih serta diselidiki dan diambil kesimpulannya. Pelanggan supplier UD.Sumber Agung yang telah melakukan pembelian material berkali-kali menjadi populasi penelitian ini..

Teknik pengayakaan *sampel* penelitian dengan tekni pengambilan secara *random sampling*, di mana kuisoner di berikan selama 7 hrai berturut-turut selama periode penelitian berlangsung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Diskripsi Responden**

Berdasarkan data responden di dapatkan responden ber-gender pria dengan sebaran 23 orang setara 57,5% kemudian kores-pondn ber-gender wanita sebanyak 17 orang setara 42,5%. Hasil tsb menyatakan bahwa pria lebih besar dibandingkan wanita yang memberikan tanggapan.

Berdasarkan data bahwa ko-responden berumur 20 sampai 30tahun sejumlah 9 ko-responden setara 22.5%, ko-responden berumur 31 hingga 40tahun sejumlah 17 ko-responden atau 42,5%, dan berumur > 40tahun sejumlah 14 ko-responden atau 35,5%. Berdasarkan data tsb, maka ditarik simpulan sebagian besar pelanggan UD Sumber Agung adalah ber usia 31 - 40 tahun.

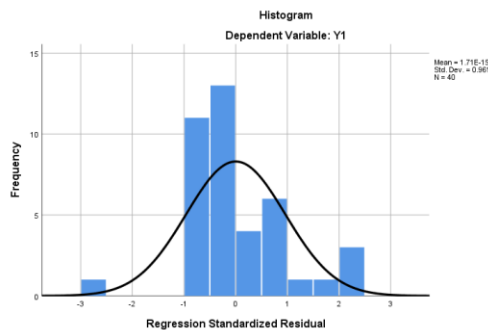
Didasarkan data dapat dipaparkan bahwasanya ko-responden berkunjung 2-3 kali sebanyak 12 orang atau 30,0%, responden yang berkunjung 4-5 kali sejumlah 16 orang. setara 40%, kemudian ko-responden merupakan pelanggan > 5 kali

sebanyak 12 orang atau 30,0%, Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan sebagian besar pelanggan UD Sumber Agung adalah sudah berkunjung selama 4-5 kali.

## ANALISIS DATA

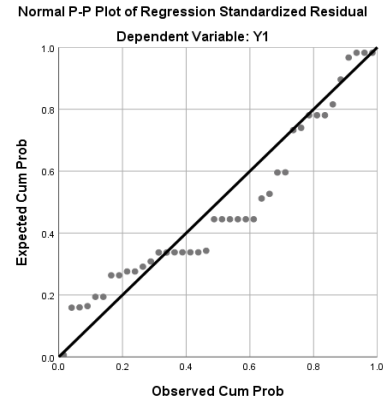
### Uji Normalitas

Gambar di atas berbentuk genta berbalik yang mempunyai garis tegak lurus yang sepadan menunjukkan bahwa output penelitian lolos uji normalitas dibuktikan dengan bagan p / plot. Selain itu, bulatan-bulatan kecil diketahui berada di daerah garis lintang grafik, menandakan bahwa output yang dipakai adalah data tanpa bias. Titik-titik kecil garafik *scatterplot*, terlihat ada pada grafik. membaaur dan tak bebentuk pola, yang akhirnya diperoleh dsimpulan *output* yang dihasilkan tak menampakkan ciri-ciri heterokedastisitas,



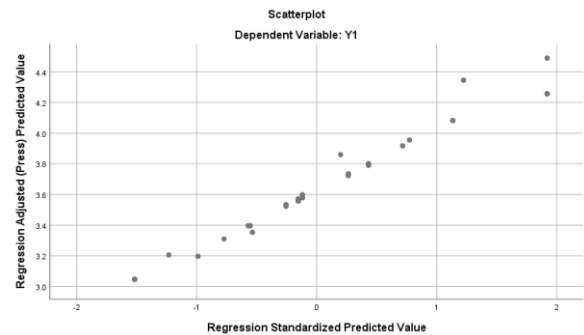
Gambar 1: Histogram

Sumber: Data olahan spss, 2024



Sumber: Pengelolaan, spss versi 25

Gambar 3: Uji Hetrodeksitas.



### Analisis Deskriptif.

Tabel 1

Koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 <sup>a</sup>	.365	.348	.38910

Sumber : Pengelolaan Spss, 2024

Atas hasil pengujian pada tabel diatas diketahui koefisiensi determinan sejumlah 0.348 setara 34.8% yang berarti variabel *Term Of Payment* (X1) mampu

mempengaruhi *Purchase Intention* (Y) sebesar 34,8%.

Tabel 2. Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.302	1	3.302	21.809	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5.753	38	.151		
	Total	9.055	39			

Sumber : Data Output SPSS 25,00 diolah 2024

Tingkat signifikansinya sebesar 21,809 seperti terlihat pada tabel ANOVA di atas. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Niat Membeli (Y) dipengaruhi secara signifikan baik oleh variabel independen Term of Payment (X1) dan Price (X2)..

Tabel 3  
Uji t Parsial

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1.066	.551	1.934	.061
	X1	.708	.152	4.670	.000

Sumber : Data Output SPSS 25,00 diolah 2024

Dari uji t faktual diperoleh t hitung sebesar 4,670 dengan tingkat kepentingan 0,000 atau < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Niat Membeli (Y) secara parsial dipengaruhi oleh variabel Term Of Payment (X1). Persamaan berikut dapat

diperoleh dari hasil uji regresi persamaan pertama:

$$Y = 1,066 + 0,708 X1 + e$$

Keterangan :

Y : *Purchase Intention*

$\alpha$  : constant

X1 : *Term Of Payment*

Menurut (Imam Ghozali, 2016:93) Koefisien masing-masing variabel independen inilah yang dihasilkan dari analisis linier berganda. Dengan menggunakan persamaan untuk memprediksi nilai variabel terikat, koefisien tersebut dapat diperoleh. Dalam pemeriksaan relaps, selain memperkirakan hubungan antara minimal dua faktor, juga diperlihatkan judul hubungan antara variabel reliabel dan faktor bebas. Dengan persamaan.  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + Abs(X_1 - X_2)$

Tabel 4

Koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 <sup>a</sup>	.637	.607	.30224

Sumber : Data Output SPSS 25,00 diolah 2024

Berdasarkan pengujian pada tabel diatas dapat dilihat koefisien determinasi sebesar 0,607 atau sebesar 60,7% yang berarti variabel *Purchase Intention* (Y) yang

dapat dijelaskan oleh variabel *Term Of Payment* (X1), *Price* sebagai variabel moderating (X2) dan nilai selisih antara variabel *Term Of Payment* (X1) dan *Price* sebagai variabel moderating (X2) yaitu (AbsX1\_X2) adalah sebesar 60,7%. sedangkan sisanya sebesar 39,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini seperti *word of Mouth* dll.

Tabel 5  
Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5.766	3	1.922	21.042	.000
Residual	3.289	36	.091		
Total	9.055	39			

Sumber : Data Output SPSS 25,00 diolah 2024

Tingkat signifikansinya sebesar 0,000 seperti terlihat pada tabel ANOVA di atas. Artinya faktor bebas terdiri dari Jangka Waktu Angsuran (X1), Biaya sebagai variabel pengarah (X2) dan nilai selisih antara variabel Jangka Waktu Angsuran (X1) dan Biaya sebagai variabel pengarah (X2) secara spesifik. (AbsX1\_X2) mempunyai dampak yang luar biasa secara bersama-sama terhadap variabel Sasaran Beli (Y).

Tabel 6  
Uji t parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t
	B	Std. Error		
1 (Constant)	3.795	.078		48.632
Zscore(X1)	.234	.056	.485	4.152
Zscore(X2)	.289	.057	.599	5.067
AbsX1_X2	-.220	.080	-.326	-2.758

Sumber : Data Output SPSS 25,00 diolah 2024

Uji fragmentaris seharusnya mempunyai pilihan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel padat, bersamaan dengan hasil uji tengah. Nilai selisih antara variabel Jangka Waktu Pembayaran (X1) dan Harga sebagai variabel moderasi (X2) ditunjukkan sebagai berikut: (AbsX1\_X2) bukan merupakan variabel yang mampu memoderasi X1 terhadap variabel Y atau disebut dengan prediktor moderasi. Terlihat dari tabel koefisien di atas nilai signifikansi X1 sebesar 0,000. Persamaan regresi berikut dapat dibangun dari tabel koefisien di atas.

$$Y = 3,795 + 0,234X1 + 0,289X2 - 0,220 [AbsX1_X2] + e$$

Dimana:

Y = Purchase Intention

X1 = Term Of Payment

X2 = Price

moderating e = Residual

## KESIMPULAN dan SARAN

### KESIMPULAN

Informasi penting yang diperoleh dari penyebaran jajak pendapat yang mencakup seluruh ujian yang dipimpin di UD Sumber Agung, dicoba kualitasnya tetap untuk menjamin bahwa reaksi responden terhadap penjelasan kadang-kadang dapat diprediksi. Selanjutnya, legitimasi survei diperkirakan melalui uji legitimasi. Uji kualitas dan legitimasi yang teguh menunjukkan bahwa pernyataan setiap variabel bersifat dependen dan substansial. Model relaps tidak memiliki heteroskedastisitas, sinyal normal, dan hubungan antar faktor independen, seperti yang ditunjukkan oleh uji asumsi konvensional seperti multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan ordinaritas. Kesimpulan yang dapat diambil dari percakapan yang telah dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 dapat di jelaskan bahwa *Term Of Payment* mempengaruhi *Purchase Intention* (Y) Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji parsial X1 versus Y memiliki nilai t hitung kurang dari 0,05..
2. Hasil uji AbsX1\_X2 ke Y menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  -2.758 dan sig 0,009 lebih kecil dari 0,05 yang berarti tidak ada

pengaruh secara signifikan dan dapat dibuat pernyataan bahwa AbsX1\_X2 tidak memoderasi terhadap *Purchase Intention* (Y)

Disebutkan hal ini mempunyai dampak yang sangat besar karena walaupun ada kegiatan WFH, pada dasarnya sebagai siswa atau makhluk sosial kita sangat membutuhkan komunikasi untuk pengembangan diri siswa..

Pada tabel outline model di atas terlihat bahwa nilai Changed R Square pada eksplorasi kali ini adalah sebesar 0,579, artinya efisiensi siswa dipengaruhi oleh kondisi ekologi, fokus pada keseimbangan saat kondisi WHF, kemajuan teknologi dan hubungan relasional berjumlah 57,9%, sedangkan kelebihanannya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model, misalnya tempat kerja saat WFH.

### SARAN

Saran - saran kepada penelitian yang akan datang antara lain meliputi :

1. Dalam rangka meningkatkan basis pelanggan UD Sumber Agung, disarankan agar penelitian selanjutnya memasukkan item atau variabel penelitian tambahan untuk memberikan gambaran yang lebih luas dan komprehensif mengenai Niat Membeli.

2. Hasil uji R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa penelitian ini tetap harus memperhitungkan variabel tambahan. Untuk menambah jumlah variabel yang digunakan, disarankan untuk melakukan penelitian tambahan. Dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,607 penelitian ini menentukan besarnya Minat Beli yang dijelaskan oleh variabel Term Of Payment (X1) dan Harga sebagai variabel moderasi (X2). Artinya 60,7% variabel Ekspektasi Beli (Y) dipengaruhi oleh faktor bebas khususnya Jangka Waktu Angsuran dan Biaya sebagai faktor pengarah, sedangkan sisanya sebesar 39,3% dipengaruhi oleh unsur lain. Eksplorasi lebih lanjut harus menambahkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi Sasaran Beli seperti pertukaran Informal.

## REFERENSI

Rumefi, U. (2021). The Influence of Terms of Payment, Compliant Handling and E-Wom on Customer Loyalty . *Transparan*, 1-6.

Ufi Rumefi, S. E. (2023). Analysis of the Calculation of the Cost of Goods Production by the Full Costing Method in Determining Product Selling Prices. *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 16(1).

Rumefi, U. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Hubungan Pelanggan, dan

Ketentuan Pembayaran Terhadap Niat Membeli. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 18(3).

Annisa, A. N. (2019). Analysis of the Influence of Customer Experience, User Experience, and Switching Barriers on Repurchase Intention (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Kota Purwokerto). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 9(1).

Heru, P. P. (2018). Peningkatan kekuatan batu bata kapur tanah yang tidak dibakar usia dini. Dalam Penelitian Material Tingkat Lanjut. *Trans Tech Publications Ltd.*, Vol. 689, pp. 299-303.

Japariato, E. &. (2017). The influence of shopping lifestyle and fashion involvement on impulse buying behavior of high-income people in Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32-41.

Suriyok, K. (2020). " Effect of Promotion Mix on Sales Volume.". *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 68-74.

Churniawati, N. (2017). Online Shop Sebagai Cara Baru Dalam Berbelanja Pada Pelajar Dan Masyarakat Kelurahan Bangil Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Manajemen KINERJA*, 3(2), 124-137.

Helen, H. &. ((2014).). The Relationship between Customer Satisfaction and Brand Experience and Brand Image on Customer Loyalty: Studi Kasus Pengelolaan Mal. *Sociae Polites*, , 15(1), 57-84.

Warsika, P. D. ( (2012)). Analysis of the use of working capital using the profitability method on CV. Mulya Karya on projects with term and turn key payment systems. . *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil* , Vol, 16(1).

Anwar, K. ((2017)). Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Keberlanjutan Usaha Dan Keuntungan Pengrajin Tempe (Case study on tempe craftsmen in Bangil Subdistrict, Pasuruan District). *Jurnal Manajemen KINERJA (Ejournal)*, 3(2), 98-108.

Sari, T. P. ((2020)). The Influence Of Perceived Quality Of Complaint Handling On Social Media On Satisfaction With Complaint Handling (Survei Pada Pelanggan Indosat IM3 Ooredoo Generasi Y). . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 78(1), 166-172.

LPPM. (2022). Guidebook for Writing Research and Community Service. Pasuruan

Ghozali, I. (2016). *Multivariate Analysis Application with the IBM SPSS 21 Update Program*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Maria Agatha, W. (2018). Maria Agatha, W. (2018). Analysis of the Influence of Price on Purchasing Decisions for Barong Gung Tulungagung Batik. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 3(2).

