

PENGARUH KEMUDAHAN KREDIT, UANG MUKA, POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PUTRA ARIES MOTOR

Jani Felindai^{1*}, Samari², Moch. Wahyu Widodo³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

janifelinda@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk: 26/06/2026

Tanggal Revisi: 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study aims to analyze the effect of credit convenience, down payment, and price discounts on purchasing decisions at UD Putra Aries Motor Pare. A quantitative approach with a causal associative research design was employed. Data were collected through questionnaires distributed to 65 consumers and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that credit convenience, down payment, and price discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously. Price discounts were found to be the most dominant variable influencing purchasing decisions. Furthermore, the three independent variables jointly explained 72.9% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 27.1% was influenced by other factors outside the model. The novelty of this study lies in the integrated examination of financing-related factors and promotional strategies in influencing motorcycle purchasing decisions at a local dealership context.

Keywords: Marketing, Ease of Credit, Down Payment, Discounts, Purchase Decisions

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan kredit, uang muka, dan diskon harga terhadap keputusan pembelian di UD Putra Aries Motor Pare. Pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal digunakan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 65 konsumen dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji-t, uji-F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil menunjukkan bahwa kemudahan kredit, uang muka, dan diskon harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Diskon harga ditemukan sebagai variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian. Lebih lanjut, ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama menjelaskan 72,9% variasi dalam keputusan pembelian, sedangkan sisanya 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Kebaruan studi ini terletak pada pemeriksaan terintegrasi faktor-faktor terkait pembiayaan dan strategi promosi dalam memengaruhi keputusan pembelian sepeda motor dalam konteks dealer lokal.

Kata Kunci: Pemasaran, Kemudahan Kredit, Uang Muka, Potongan Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Sepeda motor merupakan moda transportasi dominan bagi masyarakat di Kabupaten Kediri, yang mengindikasikan tingginya kebutuhan transportasi pribadi dan mobilitas harian. Hal ini menjadikan penggunaan sepeda motor lebih banyak dibandingkan penggunaan kendaraan lainnya. Hal ini dibuktikan melalui Data dari ERI Korlantas Polri pada 8 Maret 2025, jumlah unit kendaraan sepeda motor yaitu sebanyak 782, 628 ribu unit lebih banyak dibandingkan dengan Mobil Penumpang yaitu 204,392 ribu unit, Mobil Bermuatan 27,036 unit, Bus 1.642 unit, serta Kendaraan Khusus 239 unit [1], Strategi pemasaran merupakan rancangan jangka panjang yang disusun untuk mencapai sasaran bisnis melalui pemahaman terhadap kebutuhan pasar serta pemberian nilai yang lebih baik kepada pelanggan [2]. Terdapat pendapat yang menyatakan taktik pemasaran ialah paradigma logis sebagaimana dimanfaatkan unit bisnis pada upaya membangun hubungan dan mencapai tujuan organisasi melalui kegiatan pemasaran [3].

Keputusan pembelian tergolong tahapan ketika pembeli menentukan sekaligus membeli barang maupun jasa tertentu berdasarkan informasi yang mereka peroleh mengenai produk tersebut. Proses ini terjadi ketika kebutuhan atau keinginan diterima akan menjadi dasar pertimbangan untuk keputusan pembelian selanjutnya [4]. Keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang dilalui sebelum melakukan proses pembelian. Pada tahap keputusan pembelian, konsumen dihadapkan oleh beberapa pilihan yang membuat konsumen melakukan tindakan memilah-milah sebelum ujungnya menentukan guna membeli produk sebagaimana terideal terhadap kebutuhan sekaligus keinginan pembeli [5].

Kemudahan Kredit pada dasarnya merupakan fasilitas yang diberikan kepada seseorang atau pihak lain untuk menggunakan sejumlah uang atau barang dalam jangka waktu tertentu, dengan atau tanpa jaminan, serta dengan kemungkinan adanya imbalan berupa bunga ataupun tanpa bunga [6]. Kredit bermula dari bahasa Latin *credere* sebagaimana artinya kepercayaan. Sebagai contoh, nasabah debitur sebagaimana mendapat fasilitas kredit dari bank merupakan pihak sebagaimana diberikan kepercayaan oleh bank. Berdasar uraian tersebut, mampu ditarik kesimpulan, yakni: kepercayaan tergolong dasar penting saat pemberian kredit dari pihak bank teruntuk nasabah debitur [7].

Uang muka juga berperan penting dalam keputusan pembelian. Uang muka merupakan salah satu strategi promosi harga yang memberikan kemudahan awal bagi konsumen untuk memutuskan pembelian [3]. Uang muka berfungsi sebagai uang jaminan atau tanda jadi untuk menjamin keseriusan pembeli agar transaksi tidak dibatalkan sepihak. Hal ini memberikan kepastian bagi penjual dalam proses jual beli. Selain itu, keberadaan uang muka juga dapat memperkuat kepercayaan antara kedua belah pihak serta mendukung kelancaran pelaksanaan transaksi hingga tahap akhir sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan [8].

Potongan harga (diskon) juga sebagai taktik pemasaran sebagaimana sering digunakan untuk mencuri perhatian keputusan pembelian. Potongan harga ialah pengurangan harga jual normal dengan tujuan mendorong pembelian jangka pendek [9]. Potongan harga tergolong pengurangan harga melalui daftar harga sebagaimana efektif, diberikan oleh penjual dengan mempertimbangkan alasan-alasan khusus tertentu. Pemberian potongan harga ini umumnya didasarkan pada berbagai pertimbangan, seperti jumlah pembelian, hubungan kerja sama yang telah terjalin, kondisi pasar, maupun strategi pemasaran yang sedang diterapkan oleh perusahaan [10].

Pada koridor riset ini, objek sebagaimana dikaji, yakni: UD Putra Aries Motor Pare, yaitu salah satu dealer motor resmi yang beroperasi di Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri. UD Putra Aries Motor Pare tidak hanya menyediakan layanan servis resmi, tetapi juga menawarkan penjualan sepeda motor dengan berbagai program pembiayaan yang bekerja sama dengan beberapa lembaga kredit. UD Putra Aries Motor dikenal oleh pelanggan karena pelayanan yang ramah, ruang tunggu yang nyaman, memberikan kemudahan kredit bagi konsumen, melayani uang muka menyesuaikan kemampuan konsumen serta potongan harga di hari-hari tertentu. Berdasarkan fenomena diatas terdapat hasil penelitian yang berbeda (inkonsisten) terkait pengaruh kemudahan kredit, uang muka, sekaligus potongan harga pada keputusan pembelian. Di sisi lain, Melalui penelitian ini, peneliti berupaya mengetahui sejauh mana kemudahan kredit, uang muka, sekaligus potongan harga membawa pengaruh pada keputusan pembelian di UD Putra Aries Motor Pare. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti berikutnya melalui judul Pengaruh Kemudahan Kredit, Uang Muka, sekaligus Potongan Harga pada Keputusan Pembelian di UD Putra Aries Motor Pare.

METODE

Riset ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif sebagaimana mengacu ke paradigma positivisme, yaitu pendekatan riset yang menekankan pada pengukuran data dalam bentuk angka serta pengujian hipotesis melalui analisis statistik [11]. Metode riset kuantitatif dimanfaatkan guna mengkaji populasi maupun suatu sampel melalui memanfaatkan instrumen riset sebagaimana disusun secara sistematis. Desain riset sebagaimana dimanfaatkan, yakni: penelitian asosiatif kausal sebagaimana mempunyai tujuan guna menganalisa korelasi sebab-akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Model riset terdiri atas tiga variabel independen, yaitu Kemudahan Kredit (X_1), Uang Muka (X_2), dan Potongan Harga (X_3), serta satu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Riset ini mempunyai tujuan guna mencari tahu pengaruh kemudahan kredit, uang muka, dan potongan harga pada keputusan pembelian sepeda motor di UD Putra Aries Motor Pare.

Populasi pada riset ini, yakni: kesemuanya pembeli UD Putra Aries Motor Pare yang pernah melakukan pembelian sepeda motor dengan skema kemudahan kredit, uang muka, maupun potongan harga. Populasi dipilih karena memiliki pengalaman langsung sebagaimana bertalian terhadap variabel penelitian maka dapat membagikan informasi sebagaimana relevan serupa dengan tujuan penelitian [11]. Di samping itu, sampel merupakan bagian dari populasi sebagaimana dimanfaatkan menjadi sumber data riset. penentuan jumlah sampel mengacu pada [12] berupa besaran sampel minimum pada penelitian multivariat, yakni: lima kali besaran indikator sebagaimana dimanfaatkan. Dalam riset ini terdapat 13 indikator, maka besaran sampel sebagaimana diperlukan berupa 65 responden. Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti berhasil memperoleh 65 responden sebagaimana mencukupi ciri-ciri *purposive sampling*, sehingga seluruh data responden digunakan dalam proses

analisis. Berdasar uraian tersebut, besaran sampel aktual sebagaimana dimanfaatkan pada riset ini berupa 65 responden.

Teknik pengambilan sampel sebagaimana dimanfaatkan, yakni: *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*, yakni: teknik penentuan sampel berdasar suatu ciri-ciri sebagaimana disesuaikan dengan tujuan riset. Terdapat ciri-ciri responden pada riset ini meliputi laki-laki maupun perempuan berusia 20–50 tahun, serta masyarakat yang mengetahui dealer UD Putra Aries Motor Pare dan memiliki ketertarikan untuk melakukan pembelian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

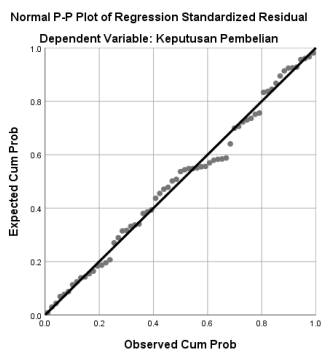
Karakteristik Responden

Gambaran ciri-ciri responden berdasar aspek demografis, khususnya jenis kelamin dan usia konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor di UD Putra Aries Motor Pare, didapat melalui hasil distribusi kuesioner teruntuk 65 responden. Berdasarkan karakteristik responden sebagaimana ditinjau dari jenis kelamin, diketahui bahwa konsumen UD Putra Aries Motor Pare tersusun atas laki-laki sekaligus perempuan. Dari total responden sebagaimana diteliti, sebagian besar merupakan laki-laki dengan jumlah 47 orang maupun sejumlah 72,31% dari total responden, sementara responden perempuan jumlahnya 18 orang maupun sejumlah 27,69%. Hasil ini memperlihatkan, yakni: konsumen laki-laki lebih mendominasi dalam pembelian sepeda motor di UD Putra Aries Motor Pare dibandingkan dengan konsumen perempuan. Kondisi tersebut menandakan, yakni: laki-laki mempunyai minat sekaligus keterlibatan sebagaimana lebih besar dalam proses pembelian kendaraan bermotor. Selain digunakan sebagai sarana transportasi sehari-hari, sepeda motor juga sering menjadi kebutuhan utama untuk menunjang aktivitas pekerjaan maupun mobilitas lainnya. Oleh karena itu, konsumen laki-laki menjadi segmen pasar yang cukup dominan bagi UD Putra Aries Motor Pare dalam memasarkan produknya.

Dilihat dari aspek usia, dicermati, yakni: responden berumur 20–29 tahun jumlahnya 26 orang maupun jumlahnya 40,00%, responden berumur 30–39 tahun jumlahnya 23 orang maupun jumlahnya 35,38%, responden berumur 40–50 tahun jumlahnya 12 orang maupun jumlahnya 18,46%, dan responden berumur di atas 50 tahun jumlahnya 4 orang maupun jumlahnya 6,15%. Berdasar uraian tersebut, mampu ditarik kesimpulan, yakni: sebagian besar responden pada riset ini terletak di golongan umur 20–29 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen UD Putra Aries Motor Pare didominasi oleh individu yang berada pada usia produktif. Di jangka umur ini, pembeli umumnya mempunyai derajat mobilitas yang tinggi sehingga membutuhkan kendaraan pribadi sebagai sarana transportasi yang praktis dan efisien. Selain itu, kelompok usia 20–39 tahun cenderung memiliki kebutuhan yang lebih besar terhadap kendaraan bermotor untuk mendukung aktivitas pekerjaan, pendidikan, maupun kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, kelompok usia produktif tersebut menjadi segmen konsumen sebagaimana terdominan pada riset ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan guna melaksanakan uji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu maupun residual memiliki distribusi yang normal. Sebagaimana telah dicermati, yakni: uji t sekaligus uji F memberi pandangan berupa nilai residual membuntuti distribusi normal. Model regresi sebagaimana handal ialah dengan membandingkan penyebaran kumulatif dari distribusi normal, deteksi normalitas dilakukan dengan melihat grafik *Probability Plot* [13].



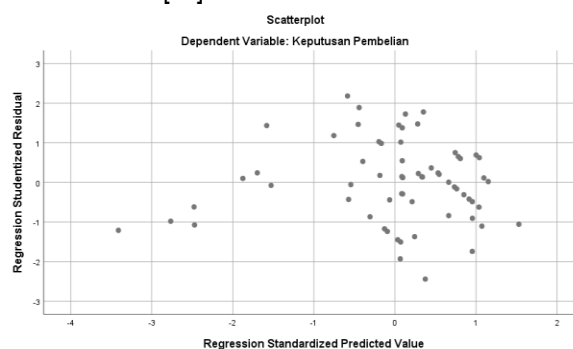
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas *Probability Plot*

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2026

Berdasar grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* tersebut, terpantau, yakni: sejumlah titik residual menyebar pada kisaran garis diagonal sekaligus sebagian besar membuntuti arah garis ini dari bagian bawah hingga bagian atas grafik. Pola penyebaran titik yang relatif dekat dengan garis diagonal memperlihatkan, yakni: distribusi residual dalam model regresi cenderung membuntuti distribusi normal. Meski ada sejumlah titik sebagaimana sedikit menyimpang dari garis diagonal, penyimpangan ini tidak terlalu jauh dan masih terletak di batas sebagaimana mampu diterima. Selain itu, tiada terlihat adanya pola penyimpangan sebagaimana ekstrem maupun pengelompokan titik pada area tertentu yang dapat mengindikasikan terjadinya pelanggaran asumsi normalitas. Sebagian besar titik tetap membuntuti arah garis diagonal, maka memperlihatkan bahwa residual sebagaimana dihasilkan dari model regresi telah terdistribusi secara normal. Berdasar uraian tersebut, berdasar hasil uji menggunakan grafik Normal P-P Plot, dapat disimpulkan, yakni: asumsi normalitas dalam model regresi telah tercapai. Maka dari itu, model regresi yang digunakan dalam riset ini memadai guna dilanjutkan ke tahap analisa berikutnya sebab mencukupi satu di antara asumsi klasik dalam analisis regresi linear.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan melaksanakan uji apakah pada model regresi terdapat perbedaan *variance* melalui residual 1 observasi menuju observasi lainnya. Apabila varian melalui residual 1 ke observasi yang lain tetap, sehingga dikatakan homokedastisitas, apabila tiada sama dikatakan heteroskedastisitas. Model regresi sebagaimana baik, yakni: sebagaimana homokedastisitas maupun sama dengan tiada terjadinya heteroskedastisitas [13].



Gambar 2. Hasil Uji Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2026

Berdasar hasil analisis menggunakan scatterplot SPSS versi 25, terpantau, yakni: sejumlah titik residual terdistribusi dengan acak lebih tinggi sekaligus lebih rendah dari angka 0 dalam sumbu Y (*Regression Studentized Residual*). Sebaran titik tiada membangun suatu pola sebagaimana teratur dan tersebar pada berbagai nilai prediksi (*Regression Standardized Predicted Value*). Di sisi lain, sejumlah titik residual tiada menunjukkan pola khusus meliputi pola bergelombang, pola mengerucut (*funnel*), atau pola sebagaimana semakin melebar. Distribusi titik sebagaimana bersifat acak ini mengindikasikan, yakni: *varians residual* dalam setiap derajat nilai prediksi relatif konstan. Dengan demikian, tidak terdapat indikasi adanya ketidaksamaan *varians residual* (heteroskedastisitas) yang dapat memengaruhi keakuratan model regresi. Sebaran residual yang merata menunjukkan bahwa kesalahan prediksi model memiliki tingkat variasi yang stabil pada seluruh rentang data penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan pola sebaran titik pada grafik scatterplot yang acak sekaligus tiada membangun suatu pola, dapat disimpulkan, yakni: model regresi tiada menghadapi gejala heteroskedastisitas atau telah mencapai asumsi homoskedastisitas. Melalui tercapainya asumsi ini, model regresi sebagaimana dimanfaatkan pada riset ini dinilai memadai guna dilanjutkan ke tahap uji sekaligus analisa berikutnya.

Tabel 1. Hasil Uji Coefficients
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,944	1,639		1,797	0,077		
Kemudahan Kredit	0,172	0,085	0,275	2,022	0,048	0,230	4,357
Uang Muka	0,297	0,106	0,403	2,809	0,007	0,205	4,867
Potongan Harga	0,330	0,074	0,334	4,472	0,000	0,759	1,317

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2026

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas mempunyai tujuan guna melaksanakan uji apakah model regresi diamati terdapat hubungan antarvariabel bebas (*independent*). Model regresi sebagaimana baik sepatutnya tiada terjadi kolerasi antara variabel independennya [13]. Uji multikolinearitas dilaksanakan guna mencari tahu apakah ada hubungan atau korelasi sebagaimana kokoh antar variabel independen pada model regresi. Uji tersebut utama dilaksanakan sebab terdapat multikolinearitas mampu memengaruhi ketepatan hasil analisis regresi. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas sebagaimana dilaksanakan memanfaatkan SPSS versi 25, didapat nilai *tolerance* sekaligus *Variance Inflation Factor* (VIF) guna tiap-tiap variabel independen dalam penelitian. Variabel Kemudahan Kredit mempunyai nilai *tolerance* sejumlah 0,230 sekaligus nilai VIF sejumlah 4,357, variabel Uang Muka bernilai *tolerance* sejumlah 0,205 sekaligus nilai VIF sejumlah 4,867, sementara variabel Potongan Harga bernilai *tolerance* sejumlah 0,759 sekaligus nilai VIF sejumlah 1,317. Hasil tersebut memperlihatkan, yakni: seluruh variabel independen mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,10 sekaligus nilai VIF yang lebih kecil dari 10, sesuai dengan kriteria pengujian multikolinearitas yang umum digunakan.

Nilai *tolerance* sebagaimana terletak melebihi batas paling kecil menunjukkan bahwa tiap-tiap variabel independen masih mampu menjabarkan variabel dependen secara baik dan tiada mempunyai hubungan sebagaimana terlalu tinggi melalui variabel independen lain. Selain itu, nilai VIF sebagaimana terletak jauh lebih rendah dari angka 10 menandakan, yakni: tiada terjadi penggandaan informasi atau korelasi linear sebagaimana kokoh antarvariabel bebas pada model penelitian. Meskipun variabel Uang Muka memiliki nilai VIF yang paling tinggi dibandingkan variabel lainnya, nilainya masih terletak pada batas sebagaimana mampu diterima maka tiada memperlihatkan terdapat persoalan multikolinearitas. Berdasar uraian tersebut, mampu ditarik kesimpulan, yakni: model regresi sebagaimana dimanfaatkan pada riset ini tiada menghadapi gejala multikolinearitas. Oleh karena itu, variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, dan Potongan Harga mampu dimanfaatkan dengan bersamaan pada model regresi guna menjabarkan pengaruhnya pada Keputusan Pembelian secara akurat dan dapat dipercaya.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linier berganda dimanfaatkan peneliti apabila peneliti tersebut mempunyai maksud memprediksi bagaimana kondisi (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), jika 2 maupun lebih variabel *independent* menjadi *factor predictor* diberi manipulasi (dinaik-turunkan nilainya) [11]. Berdasarkan hasil analisa regresi linear berganda, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,944 + 0,172X_1 + 0,297X_2 + 0,330X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisa regresi linear berganda, didapat nilai konstanta sejumlah 2,944. Nilai tersebut memperlihatkan, yakni: apabila variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, sekaligus Potongan Harga dikatakan tetap maupun mempunyai nilai nol, sehingga nilai Keputusan Pembelian masih terletak di angka 2,944. Hal tersebut menandakan, yakni: ada sejumlah aspek lainnya tiada tergolong variabel sebagaimana dikaji sebagaimana tetap menyumbang kontribusi pada keputusan pembelian konsumen. Selanjutnya, variabel Kemudahan Kredit memiliki koefisien regresi sejumlah 0,172. Nilai tersebut memperlihatkan, yakni: tiap-tiap kenaikan 1 satuan dalam Kemudahan Kredit segera menaikkan Keputusan Pembelian sejumlah 0,172, melalui asumsi variabel lainnya tetap konstan. Kemudahan dalam memperoleh kredit dapat meningkatkan minat pembeli

guna membeli sebab proses pembiayaan sebagai lebih mudah dan terjangkau. Pada variabel Uang Muka diperoleh koefisien regresi sejumlah 0,297, sebagaimana artinya tiap-tiap kenaikan 1 satuan dalam Uang Muka segera menaikkan Keputusan Pembelian sejumlah 0,297, melalui asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan. Hal tersebut memperlihatkan, yakni: kebijakan uang muka yang sesuai dengan kemampuan konsumen dapat mendorong meningkatnya keputusan pembelian. Di samping itu, variabel Potongan Harga mempunyai koefisien regresi terbesar, yaitu sejumlah 0,330. Nilai tersebut memperlihatkan tiap-tiap kenaikan 1 satuan pada Potongan Harga segera menaikkan Keputusan Pembelian sejumlah 0,330, melalui asumsi variabel lainnya tetap konstan. Besarnya nilai koefisien tersebut mengindikasikan bahwa Potongan Harga tergolong variabel sebagaimana memberikan pengaruh terdominan pada Keputusan Pembelian daripada variabel Kemudahan Kredit dan Uang Muka. Dengan adanya potongan harga, konsumen cenderung merasa memperoleh keuntungan yang lebih besar sehingga lebih terdorong untuk melakukan pembelian. Adapun error term (ϵ) dalam model regresi menggambarkan terdapat pengaruh melalui sejumlah aspek lainnya tiada tergolong variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, dan Potongan Harga yang turut memengaruhi Keputusan Pembelian, namun tiada digolongkan menuju model riset ini. Maka dari itu, meskipun ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian, masih ada aspek lain sebagaimana juga mampu memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian di UD Putra Aries Motor Pare.

Uji Parsial (Uji t)

Uji statistic t dilakukan guna dapat mencari tahu pengaruh tiap-tiap variabel independen pada variabel dependen. Uji t mampu dilaksanakan melalui melakukan perbandingan antara t hitung terhadap t table [13] Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilaksanakan guna mencari tahu pengaruh tiap-tiap variabel independen pada variabel dependen, diperoleh hasil, yakni: seluruh variabel penelitian mempunyai pengaruh yang signifikan pada Keputusan Pembelian. Variabel Kemudahan Kredit memperoleh nilai signifikansi sejumlah 0,048, sebagaimana jauh lebih rendah dari derajat signifikansi sebagaimana diputuskan sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan, yakni: Kemudahan Kredit mempunyai pengaruh sebagaimana signifikan pada Keputusan Pembelian, sehingga jauh lebih mudah proses kredit sebagaimana ditawarkan teruntuk pembeli, sehingga jauh lebih besar juga kecenderungan pembeli guna membeli. Kemudahan dalam persyaratan, prosedur, dan proses pengajuan kredit dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli sepeda motor. Selanjutnya, variabel Uang Muka memperoleh nilai signifikansi sejumlah 0,007, sebagaimana juga di bawah 0,05, maka mampu ditarik kesimpulan, yakni: Uang Muka membawa pengaruh signifikan pada Keputusan Pembelian. Hal tersebut memperlihatkan, yakni: besarnya uang muka yang sesuai dengan kecakapan finansial pembeli sebagai salah satu pertimbangan utama saat menentukan keputusan pembelian. Semakin terjangkau uang muka yang ditetapkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Di samping itu, variabel Potongan Harga mendapat nilai signifikansi sejumlah 0,000, sebagaimana merupakan nilai paling kecil di antara variabel lainnya dan terletak lebih rendah dari batas signifikansi 0,05.

Hasil ini mengindikasikan, yakni: Potongan Harga memiliki pengaruh sebagaimana signifikan pada Keputusan Pembelian, sebagaimana artinya jauh lebih menarik potongan harga sebagaimana diberikan, sehingga jauh lebih tinggi pula peluang pembeli guna memutuskan membeli. Potongan harga dapat memberikan persepsi keuntungan teruntuk pembeli, maka dapat menaikkan minat sekaligus keputusan pembelian. Selain dicermati melalui nilai signifikansi, hasil uji t juga memperlihatkan, yakni: variabel Potongan Harga memiliki nilai t hitung tertinggi, yakni: 4,472, daripada variabel Uang Muka sejumlah 2,809 sekaligus Kemudahan Kredit sejumlah 2,022. Hal tersebut memperlihatkan, yakni: Potongan Harga tergolong variabel sebagaimana memberikan pengaruh terdominan pada Keputusan Pembelian pada riset ini. Berdasar hasil uji tersebut, maka mampu ditarik kesimpulan, yakni: variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, dan Potongan Harga secara parsial mempunyai pengaruh positif sekaligus signifikan pada Keputusan Pembelian, sehingga ketiga variabel ini merupakan aspek penting sebagaimana dapat memengaruhi keputusan pembeli saat melakukan pembelian di UD Putra Aries Motor Pare.

Uji Simultan (Uji F)

Uji statistic F dlama landasannya memperlihatkan apakah semua variabel independent maupun variabel bebas sebagaimana dimasukan pada model mempunyai pengaruh dengan bersamaan pada variabel terikat [13].

Tabel 2. Hasil Uji Anova
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1035,791	3	345,264	58,434	.000 ^b
Residual	360,425	61	5,909		
Total	1396,215	64			

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2026

Berdasar hasil uji simultan (uji F) sebagaimana diperlihatkan dalam tabel ANOVA, didapat nilai F hitung sejumlah 58,434, sebagaimana jauh lebih tinggi dibandingkan dengan F tabel sejumlah 2,76 ($\alpha = 0,05$; $df_1 = 3$ dan $df_2 = 61$). Di sisi lain, nilai signifikansi sejumlah 0,000 pula di bawah derajat signifikansi sebagaimana telah ditetapkan, yakni: 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak sekaligus hipotesis alternatif (H_a) diterima. Berdasar uraian tersebut, dapat diartikan bahwa model regresi sebagaimana dimanfaatkan dalam penelitian ini dapat memaparkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen dengan signifikan. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa variabel Kemudahan Kredit (X_1), Uang Muka (X_2), sekaligus Potongan Harga (X_3) dengan bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan pada Keputusan Pembelian (Y). Artinya, perubahan yang terjadi pada ketiga variabel tersebut dengan simultan akan membawa pengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen. Temuan ini memperlihatkan, yakni: keputusan pembelian tiada hanya dipicu hanya 1 aspek, tetapi tergolong hasil melalui kombinasi beragam aspek sebagaimana dukung-mendukung. Semakin mudah proses kredit yang ditawarkan, semakin sesuai dan terjangkau uang muka yang diberikan, serta semakin menarik potongan harga sebagaimana ditawarkan kepada konsumen, sehingga akan jauh lebih besar juga pula kecondongan pembeli guna mengeluarkan keputusan pembelian. Maka dari itu, variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, dan Potongan Harga dapat dianggap menjadi aspek sebagaimana utama dan strategis saat meningkatkan keputusan pembelian konsumen di UD Putra Aries Motor Pare. Perusahaan perlu memperhatikan dan memajemen ketiga faktor ini dengan optimal supaya mampu meningkatkan minat serta keputusan pembelian konsumen, maka tujuan pemasaran sebagaimana diharapkan mampu terpenuhi secara lebih efektif.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam pokoknya menilai sejauh apa kecakapan model saat menjabarkan sejumlah variabel terikat dengan melihat besarnya koefisien determinasi total adjusted R^2 . Nilai koefisien determinasi ialah antara nol dengan satu. Nilai R^2 sebagaimana rendah berarti kecakapan sejumlah variabel bebas saat menjabarkan variabel terikat sungguh dibatasi. Nilai sebagaimana menghampiri 1 artinya variabel-variabel bebas melimpahkan hampir kesemuanya informasi sebagaimana diperlukan guna memperkirakan variabel terikat. Perhitungan analisa koefisien determinasi *adjusted* R^2 menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 25 [13]. Berdasar hasil analisis sebagaimana terdapat dalam tabel Model Summary, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sejumlah 0,729. Nilai tersebut memperlihatkan, yakni: kemampuan model regresi dalam memaparkan variasi pada variabel Keputusan Pembelian tergolong kuat. Dengan statistik, nilai *Adjusted R Square* sejumlah 0,729 dapat diartikan, yakni: variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, dan Potongan Harga dengan bersamaan dapat memaparkan sebesar 72,9% pembaruan maupun variasi sebagaimana terdapat dalam Keputusan Pembelian konsumen. Hal tersebut menandakan, yakni: ketiga variabel independen sebagaimana dimanfaatkan pada riset mempunyai kontribusi sebagaimana cukup besar saat memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Dengan kata lain, keputusan pembelian konsumen sebagian besar dipengaruhi oleh kemudahan dalam memperoleh kredit, kesesuaian uang muka yang ditawarkan, serta adanya potongan harga sebagaimana dibagikan perusahaan. Ketiga faktor tersebut sebagai pertimbangan penting bagi pembeli saat memutuskan untuk melaksanakan pembelian sepeda motor di UD Putra Aries Motor Pare. Di samping itu, sisanya sejumlah 27,1% ($100\% - 72,9\%$) dipaparkan sejumlah aspek lainnya tiada tergolong model riset sebagaimana tiada digolongkan ke analisis regresi tersebut, seperti kualitas pelayanan, lokasi usaha, citra perusahaan, kualitas produk, kepercayaan konsumen, rekomendasi dari orang lain, kondisi ekonomi, maupun variabel lainnya yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian. Di samping itu, nilai *R Square* sejumlah 0,742 memperlihatkan, yakni: secara keseluruhan korelasi antara variabel independen dan variabel dependen terletak di kategori kokoh.

Hal ini juga didukung oleh nilai R sejumlah 0,861, yang memperlihatkan tingkat hubungan sebagaimana sungguh kokoh antara variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, dan Potongan Harga pada Keputusan Pembelian. Maka dari itu, mampu ditarik kesimpulan, yakni: model regresi sebagaimana dimanfaatkan mempunyai kemampuan sebagaimana baik saat memaparkan dan memprediksi Keputusan Pembelian, karena dapat menjabarkan mayoritas variasi sebagaimana terdapat dalam variabel tersebut melalui variabel Kemudahan Kredit, Uang Muka, dan Potongan Harga.

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Kredit Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil riset memperlihatkan, yakni: kemudahan kredit membawa pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian sepeda motor di UD Putra Aries Motor Pare. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sejumlah 2,022 sebagaimana di atas t-tabel sejumlah 1,998 sekaligus nilai signifikansi sejumlah 0,048 sebagaimana di bawah 0,05. Berdasar uraian tersebut, hipotesis yang menyatakan, yakni: kemudahan kredit membawa pengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima. Hasil tersebut selaras terhadap riset terdahulu sebagaimana memaparkan, yakni: kemudahan kredit membawa pengaruh positif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian [14]. Semakin mudah proses kredit yang ditawarkan, seperti persyaratan yang sederhana, proses pengajuan yang cepat, dan fleksibilitas pembayaran, sehingga jauh lebih besar pula kecenderungan pembeli guna membeli.

Temuan tersebut memperlihatkan, yakni: kemudahan kredit sebagai satu di antara aspek utama sebagaimana dipertimbangkan pembeli saat mengambil keputusan pembelian. Kemudahan dalam memperoleh pembiayaan dapat mengurangi hambatan finansial sehingga konsumen merasa lebih mampu untuk memiliki sepeda motor meskipun dana yang dimiliki belum mencukupi secara penuh. Oleh karena itu, UD Putra Aries Motor Pare perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kemudahan fasilitas kredit agar mampu mencuri minat pembeli serta meningkatkan keputusan pembelian secara berkelanjutan.

Pengaruh Uang Muka Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil riset memperlihatkan, yakni: uang muka membawa pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian sepeda motor di UD Putra Aries Motor Pare. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sejumlah 2,809 sebagaimana jauh lebih tinggi dari t-tabel sejumlah 1,998 sekaligus nilai signifikansi sejumlah 0,007 sebagaimana di bawah 0,05. Berdasar uraian tersebut, hipotesis yang menyatakan, yakni: uang muka membawa pengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima [15]. Hasil tersebut memperlihatkan, yakni: jauh lebih terjangkau dan selaras uang muka sebagaimana ditawarkan kepada pembeli, sehingga jauh lebih besar pula kecenderungan pembeli guna membeli. Sebaliknya, uang muka yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat konsumen karena memerlukan dana awal yang lebih besar.

Temuan tersebut memperlihatkan, yakni: uang muka tergolong satu di antara aspek utama sebagaimana dipertimbangkan pembeli saat mengambil keputusan pembelian. Besarnya uang muka memengaruhi kemampuan finansial konsumen pada saat transaksi dilakukan. Uang muka yang ringan dan sesuai dengan kemampuan ekonomi konsumen dapat mengurangi beban pembayaran awal maka pembeli mengalami jauh lebih mampu dan percaya guna membeli. Oleh karena itu, UD Putra Aries Motor Pare perlu menetapkan kebijakan uang muka yang fleksibel dan terjangkau supaya mampu menaikkan minat serta keputusan pembelian konsumen dengan berkelanjutan.

Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil riset memperlihatkan, yakni: potongan harga membawa pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian. Hal tersebut ditandai berdasar hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sejumlah 4,472 sebagaimana jauh lebih tinggi daripada nilai t-tabel sejumlah 1,998 sekaligus nilai signifikansi sejumlah 0,000 sebagaimana di bawah 0,05. Berdasar uraian tersebut, hipotesis sebagaimana memaparkan, yakni: potongan harga membawa pengaruh pada keputusan pembelian dapat diterima. Hasil riset ini selaras terhadap riset terdahulu sebagaimana memaparkan, yakni: potongan harga membawa pengaruh positif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian [16]. Jauh lebih mencuri perhatian terkait potongan harga sebagaimana dibagikan perusahaan, baik dalam bentuk persentase diskon, pengurangan harga langsung, maupun program promosi lainnya, sehingga jauh lebih besar juga kecenderungan pembeli guna mengeluarkan keputusan pembelian.

Temuan tersebut memperlihatkan, yakni: potongan harga sebagai satu di antara aspek utama sebagaimana dipertimbangkan pembeli saat memutuskan pembelian. Konsumen cenderung menilai produk yang mendapatkan potongan harga memiliki nilai yang lebih menguntungkan karena dapat diperoleh dengan

biaya yang lebih rendah dibandingkan harga normal. Selain memberikan manfaat finansial, potongan harga juga mampu memengaruhi aspek psikologis konsumen dengan menciptakan persepsi adanya kesempatan yang terbatas, maka menarik pembeli untuk segera membeli. Maka dari itu, semakin menarik program potongan harga sebagaimana dilimpahkan, sehingga jauh lebih besar juga keputusan pembelian konsumen. Melalui penerapan strategi potongan harga sebagaimana tepat, perusahaan mampu menaikkan daya tarik produk, memperkokoh daya saing di pasar, dan mendorong peningkatan penjualan secara berkelanjutan.

Pengaruh Kemudahan Kredit, Uang Muka, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil riset menunjukkan, yakni: dengan simultan variabel kemudahan kredit, uang muka, sekaligus potongan harga membawa pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Hal tersebut ditandai berdasar hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan bahwa nilai F-hitung sejumlah 58,434 sebagaimana jauh lebih tinggi daripada nilai F-tabel sejumlah 2,81 sekaligus nilai signifikansi sejumlah 0,000 sebagaimana di bawah 0,05. Berdasar uraian tersebut, hipotesis sebagaimana memaparkan, yakni: kemudahan kredit, uang muka, sekaligus potongan harga secara bersama-sama membawa pengaruh pada keputusan pembelian dapat diterima. Hasil riset ini sejalan terhadap riset sebelumnya sebagaimana memaparkan, yakni: kombinasi faktor pembiayaan sekaligus promosi mempunyai pengaruh positif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian konsumen.

Temuan tersebut memperlihatkan, yakni: keputusan pembelian konsumen tiada dipicu satu aspek saja, melainkan oleh berbagai aspek yang saling mendukung. Kemudahan kredit memberikan kemudahan dalam memperoleh produk melalui proses pembiayaan yang lebih sederhana, uang muka yang terjangkau dapat mengurangi beban pembayaran awal konsumen, sedangkan potongan harga memberikan keuntungan ekonomis yang meningkatkan daya tarik produk. Kombinasi ketiga faktor tersebut mampu menciptakan persepsi positif pada penawaran perusahaan maka menarik pembeli guna membeli. Maka dari itu, semakin mudah fasilitas kredit yang diberikan, semakin sesuai besaran uang muka yang ditetapkan, dan semakin menarik potongan harga sebagaimana ditawarkan, sehingga jauh lebih besar pula keputusan pembelian konsumen. Dengan mengelola ketiga aspek tersebut secara terpadu, perusahaan dapat meningkatkan daya saing produk, memperkuat minat beli konsumen, dan mendorong peningkatan penjualan dengan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasar hasil riset terkait pengaruh kemudahan kredit, uang muka, sekaligus potongan harga pada keputusan pembelian di UD Putra Aries Motor Pare, mampu ditarik kesimpulan, yakni: dengan parsial kemudahan kredit membawa pengaruh positif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian. Hal tersebut memperlihatkan, yakni: jauh lebih mudah proses kredit yang ditawarkan, seperti persyaratan yang sederhana, proses pengajuan yang cepat, dan fleksibilitas pembayaran, sehingga jauh lebih besar kecondongan pembeli untuk membeli. Di samping itu, uang muka juga membawa pengaruh positif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian. Uang muka sebagaimana terjangkau sekaligus sesuai terhadap kemampuan finansial pembeli mampu meningkatkan minat konsumen untuk membeli sepeda motor. Variabel potongan harga juga terbukti membawa pengaruh positif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian serta sebagai variabel sebagaimana terdominan membawa pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin menarik potongan harga sebagaimana dibagikan, sehingga jauh lebih besar juga kecondongan pembeli guna membeli.

Secara simultan, kemudahan kredit, uang muka, dan potongan harga membawa pengaruh positif sekaligus signifikan pada keputusan pembelian di UD Putra Aries Motor Pare. Hasil riset memperlihatkan, yakni: ketiga variabel tersebut dengan bersamaan dapat memaparkan variasi keputusan pembelian sebesar 72,9%, sementara sisanya sebesar 27,1% dipicu aspek lainnya tiada tergolong riset. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan kredit, uang muka, dan potongan harga tergolong aspek utama sebagaimana harus dimanajemen dengan optimal oleh perusahaan guna menaikkan keputusan pembelian konsumen sekaligus menyokong kenaikan penjualan dengan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fadhlurrahman I. Jumlah Kendaraan Bermotor di Kabupaten Kediri 2025.
- [2] Darmawansah, S.E. MM. Strategi Pemasaran. CV Eureka Media Aksara; 2025.
- [3] Kotler P, Keller KL. Marketing Management. Global. London: Pearson; 2016.
- [4] Wibowo FXP. Stastika Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 25. 2022.
- [5] Arfah Y. Keputusan Pembelian Produk. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional; 2022.
- [6] Pramesti DF, Utomo SH. Analisis suku bunga , jangka waktu kredit , dan kemudahan kredit terhadap keputusan kredit UMKM 2022;14:376–85.

- [7] Hermansyah. Hukum perbankan nasional indonesia. Jakarta: Prenadamedia Grup; 2020.
- [8] Law N. Status Uang Muka (Down Payment) dan Uang Tanda Jaminan 2024.
- [9] Kotler P. Principles of Marketing. New York: Pearson Education; 2018.
- [10] Issn E, Sari RF. TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY Oleh : 2022;9.
- [11] Winarni EW. Teori dan praktik penelitian kuantitatif, kualitatif, PTK, R & D. Bumi Aksara; 2021.
- [12] Untari DT. METODOLOGI PENELITIAN: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis. CV. PENA PERSADA; 2018.
- [13] Haryono E. BUKU STATISTIKA SPSS 28. Penerbit Widina; 2023.
- [14] Wibowo EL. Analisis Penggunaan Fitur Cicilan Motor melalui SPayLater terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kediri Jawa Timur 2026. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v4i1.1612>.
- [15] Rahmiyanti S. PENGARUH UANG MUKA DAN LAMA ANGSURAN TERHADAP PENJUALAN MOTOR HONDA PADA DEALER HONDA NYAPAH KECAMATAN WALANTAKA - KOTA SERANG. J Manaj dan bisnis 2022;4:132–47. <https://doi.org/10.47080>.
- [16] Pasuhuk MN, Soegoto AS, Raintung MC, Pt AT, Abadi H, Branch M, et al. PENGARUH DISKON HARGA, LIFESTYLE DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MOBIL MEREK TOYOTA CALYA DI PT. HASJRAT ABADI CABANG MANADO. J Ris Ekon manajemen, bisnis dan akutansi 2022;10:1663–74. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.44252>.