

**PERBEDAAN NIAT MEMBELI PRODUK PAKAIAN DI ONLINE SHOP
PADA WANITA DITINJAU DARI BENTUK POTONGAN HARGA**

Lorensia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan niat membeli produk pakaian di *online shop* pada wanita ditinjau dari bentuk potongan harga. Bentuk potongan harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk potongan harga nominal (rupiah) dan persen. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan niat membeli produk pakaian di *online shop* pada wanita ditinjau dari bentuk potongan harga nominal dan persen. Penelitian ini melibatkan 230 subjek. Subjek pada penelitian ini adalah wanita yang pernah melakukan belanja *online*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan skala niat membeli. Reliabilitas dari skala tersebut adalah sebesar 0,907. Hasil uji asumsi yang dilakukan menunjukkan bahwa data memiliki sebaran data yang normal ($p > 0,05$) dan homogen ($p > 0,05$). Data kemudian dianalisis dengan *uji independent sample t-test*. Hasil uji tersebut menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan niat membeli produk pakaian di *online shop* pada wanita ditinjau dari bentuk potongan harga nominal dan persen.

Kata kunci: niat membeli, bentuk potongan harga, online shop

**THE DIFFERENCE OF INTENTION TO BUY ONLINE SHOPS'
CLOTHING PRODUCTS IN WOMEN BASED ON DISCOUNTS
FRAMING**

Lorensia

ABSTRACT

This study aimed to determine differences in intention to buy online shops' clothing products in women based on discounts framing. Discount frames that used in this research are nominal-off (rupiah) and percentage-off. The hypothesis of this study was there are differences in intention to buy online shops' clothing products in women based on nominal-off and percentage-off price. The study involved 230 subjects. Subjects in this study were women who have been shopped online. Data collecting was performed by using intention to buy scale. The reliability of the scale was 0.907. The results of assumptions test indicated that the data had a normal distribution ($p > 0.05$) and homogeneous ($p > 0.05$). Data were analyzed with independent sample t-test. The test results produced a significance value of 0.000 ($p < 0.05$) which showed that there are differences in intention to buy online shops' clothing products in women based on nominal-off and percentage-off price.

Keywords: purchase intention, discount framing, online shop