**PENERAPAN DISKON MENURUT PERSEPSI KONSUMEN PADA OMAH OBLONG JOGJA**

**Fajar Rifqi Choirudin**

# Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji penerapan diskon menurut persepsi konsumen pada Omah Oblong Jogja. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Metode perolehan data penelitian ini menggunakan kuisioner diukur dengan menggunakan *skala likert*. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan rata-rata hitung dengan aplikasi SPSS 25. Dari hasil analisis rata-rata hitung indikator kemerakan diskon diperoleh hasil rata-rata hitung sebesar 3,35 yang berarti netral, indikator ketepatan program diskon dalam mempengaruhi pembelian didapatkan hasil dengan nilai rata-rata hitung sebesar 3,06 yang berarti netral, indikator frekuensi program diskon didapatkan hasil dengan nilai rata-rata hitung sebesar 3,24 yang berarti netral.

**Kata Kunci**: *Diskon*



***THE IMPLEMANTATION OF DISCOUNT ACCORDING TO CONSUMER PERCEPTIONS ON OMAH OBLONG JOGJA***

***Fajar Rifqi Choirudin***

# *Abstract*

*This study aims to implemantation of discount according to consumer perceptions on Omah Oblong Jogja. The population and sample in this study are 50 respondents. Data acquisition method in this study used a questionnaire which is measured with a likert scale. Data analysis in this study used validity, reliability, and arithmetic mean tests with SPSS 25. The results of mean arithmetic analysis from the attractiveness of the discount indicator is 3,39 which means netral, the result of mean arithmetic analysis from the accuracy of the discount program in influencing purchases indikator is 3,06 which means netral, the result of mean arithmetic analysis from discount program frequency indicator is 3.24 which means netral.*

***Keywords****: Discount*