

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian kuantitatif, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono⁵¹, merupakan pendekatan yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini mengarahkan realita yang berkaitan perilaku *impulse buying* yang mungkin dipengaruhi faktor harga, keragaman produk dan promosi penjualan di khususnya pada konsumen Swalayan Golden Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kuantitatif. Menurut sugiyono penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Dapat disimpulkan, bahwa penelitian deskriptif kuantitatif, adalah data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cetakan ke-22....hlm.8

penelitian ini dimaksudkan untuk menguji dan mengkaji pengaruh harga, keragaman produk dan promosi penjualan terhadap perilaku *impulse buying* pada konsumen Swalayan Golden Tulungagung.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti, yang kemudian ditarik suatu kesimpulan dari padanya.⁵² Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah konsumen Swalayan Golden Tulungagung.

2. Sampling

Sampling adalah teknik pengambilan sampel dalam penelitian dan teknik sampling yang digunakan merupakan *probability sampling*, dengan menggunakan *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memandang strata yang dalam populasi⁵³.

3. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁵⁴. Menurut Roscoe dikutip Sugiyono mengenai ukuran sampel untuk penelitian yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah

⁵² *Ibid.* hlm.80

⁵³ *Ibid.* hlm.82

⁵⁴ *Ibid.* hlm.81

anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen + dependen), jadi jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung⁵⁵. Pengumpul data dilakukan dengan dari responden melalui angket (kuesioner), kelompok fokus dan panel atau data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber.

2. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun, yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁶

Variabel⁵⁷ dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Variabel X adalah variabel bebas (*independen*), merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini disebut variabel bebas adalah X_1 (harga), X_2 (keragaman Produk) dan X_3 (promosi penjualan).
- b. Variabel Y adalah variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat atas variabel bebas. Dalam

⁵⁵<http://mercubuana.ac.id/files/MetodeLogiPenelitian/Met%20Pen%20UMB%203-ok.pdf> diakses tanggal 28 januari 2018.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*..... hlm.38.

⁵⁷ *Ibid.* Hlm.39.

penelitian ini, variabel terikatnya yaitu perilaku *impulse buying* pada konsumen Swalayan Golden Tulungagung.

3. Skala pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur⁵⁸. Dalam penelitian kuantitatif menggunakan data primer menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Hal ini disebut variabel penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan secara sistematis tentang variabel yang akan diteliti⁵⁹. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Membuat kuesioner lalu terjun kelapangan ke tempat objek penelitian untuk di sebar secara acak ke konsumen Golden Swalayan Tulungagung. Pengumpulan data ini, menggunakan angket dengan ada beberapa pertanyaan atau pernyataan yang akan di centang oleh para objek penelitian yaitu konsumen. Selain itu penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan

⁵⁸ *Ibid.* hlm.92

⁵⁹ *Ibid.* hlm.146

data dengan jalan mempelajari serta memahami buku – buku yang memiliki kaitan dengan harga, keragaman produk dan promosi penjualan. Lebih dari itu, studi kepustakaan juga berasal dari pembahasan terkait makro ekonomi seperti jurnal, media massa, serta hasil penelitian yang didapat dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi:

a) Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, misalnya dari individu atau perseorangan, seperti:

- 1) Studi lapangan yaitu mengunjungi secara langsung ke Golden Swalayan Tulungagung. Hal ini dilakukan dengan cara survei (wawancara atau tanya jawab pada karyawan) dan observasi.
- 2) Kuesioner merupakan teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau verbal, yang dijawab responden.⁶⁰ Dalam melakukan penelitian data yang telah dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data – data yang dikumpulkan tersebut harus benar – benar dapat dipercaya dan akurat. Skala 1-5 untuk memperoleh data yang bersifat *numerical* dan diberi skor atau nilai.

⁶⁰ N.K, Malhotra, *Riset Pemasaran*. (Jakarta:PT. Indeks:Edisi keempat,2009).hlm.325

Tabel 3.1
Jawaban Setiap Item Instrumen Menggunakan Skala Likert Dari
Sangat Setuju Sampai Sangat Tidak Setuju

NO.	JENIS JAWABAN	BOBOT
1	SANGAT SETUJU	5
2	SETUJU	4
3	NETRAL	3
4	TIDAK SETUJU	2
5	SANGAT TIDAK SETUJU	1

Sumber: Malhotra,2009

b) Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang atau lewat dokumen. Data sekunder umumnya digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut. Data ini dapat diperoleh dari literatur – literatur, jurnal – jurnal penelitian terdahulu, majalah, maupun data dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini.

Dalam proses pengumpulan data ini, peneliti mengumpulkan data – data yang berkaitan dan berhubungan dengan penelitian, sehingga dapat menjadi materi pendukung dalam penelitian tersebut. Sumber studi kepustakaan ini berasal dari buku konsentrasi mata kuliah, jurnal – jurnal ilmiah, majalah ekonomi, website dan sumber lain yang layak.

Penulis membagikan kuesioner langsung kepada konsumen Golden Swalayan Tulungagung. Tampilan kuesioner dirancang dengan menggunakan pernyataan tertutup (skala ordinal) dalam tabel – tabel

sehingga memudahkan responden untuk memahami diantara beberapa alternatif yang diajukan terdapat pula kata pengantar yang menginformasikan tujuan penelitian dan adanya keterangan pengisian kuisioner didasarkan pada indikator operasional variabel yang telah disesuaikan dengan objek penelitian. Digunakan mengukur respon konsumen terhadap masing – masing variabel penelitian. Dimana jawaban setiap pertanyaan akan diolah sedemikian rupa untuk dapat menjawab hipotesis yang telah dibangun, untuk memecahkan masalah yang diteliti.

Pertanyaan – pertanyaan pada kuesioner yang penulis buat sebagai teknik dalam mengumpulkan data dapat diukur dengan menggunakan skala likert yaitu pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju “ dan “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap masing – masing dari serangkaian pertanyaan mengenai objek stimulus.

2. Instrument penelitian

Dalam hal ini dibutuhkan suatu instrument penelitian untuk memperoleh data yang valid. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai instrument utama adalah kuesioner, dimana memberikan pertanyaan atau pernyataan yang tertulis dengan begitu konsumen mengisi kolom yang ada beberapa pilihan.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Husaini Usman dan Purnomo penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, kualitas pengumpulan datanya sangat ditentukan oleh kualitas instrumen atau alat pengumpulan data yang digunakan.⁶¹ Dengan instrumen yang berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan pemakaiannya apabila sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Validitas merupakan mengukur apa yang ingin diukur sedangkan reliabilitas merupakan mengukur instrumen terhadap ketepatan. Reliabilitas disebut juga keterandalan, keajegan.⁶²

Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Selanjutnya disebutkan bahwa validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar – benar mampu mengungkap variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel.⁶³

Sedangkan uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data

⁶¹ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm.287.

⁶² *Ibid.* hlm.287

⁶³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm.96

sesuai dengan pengukuran.⁶⁴ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan reliabilitas dengan menggunakan metode

2. Uji normalitas data

Uji normalitas data merupakan bentuk pengujian tentang kenormalan distribusi data. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diambil merupakan data yang terdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak dipergunakan dalam penelitian adalah data yang terdistribusi secara normal. Dalam uji normalitas ini, data akan diuji dengan statistik *Kolmogorov-Smimov*. Dalam mengambil keputusannya digunakan uji nilai signifikansi. Apabila nilai sig menunjukkan $\text{sig} > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut normal, begitupun sebaliknya.⁶⁵

3. Uji asumsi klasik

a) Uji autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu uji asumsi klasik yang digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara variabel suatu periode tertentu dengan periode sebelumnya. Regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi.⁶⁶ Dalam mengetahui apakah terdapat autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilihat hasil *Runs Test*, dimana dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai *Asymp, Sig. (2 tailed)* lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), maka terdapat gejala autokorelasi, begitupun sebaliknya.

⁶⁴ *Ibid.* hlm.97

⁶⁵ Singgih Santoso, *Statistik Multivariate*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hlm.46.

⁶⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm.91-113.

b) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu uji dalam asumsi klasik yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak. Secara konsep, multikolinearitas merupakan keadaan dimana terdapat dua variabel yang saling berkorelasi dalam artian apakah terdapat kaitan serta hubungan antara variabel – variabel independennya. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi kasus multikolinearitas. Untuk mengetahui apakah terdapat gejala multikolinearitas dapat dilihat dari dua hal berikut.⁶⁷

c) Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian variabel gangguan yang tidak konstan. Masalah heteroskedastisitas dengan demikian lebih sering muncul pada data *cross section* daripada *time series*.⁶⁸ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. jikapun tidak ada heteroskedastisitas⁶⁹ jika:

- 1) Penyebaran titik – titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik – titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- 3) Titik – titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.

⁶⁷ *Ibid.*, hlm. 91-113.

⁶⁸ Agus Widarjono, *Analisis Statistika Terapan*. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), hlm. 84

⁶⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0...*, hlm. 79-80

4. Uji regresi linear berganda

Uji ini digunakan untuk meramalkan suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor preditor yang dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya).⁷⁰ Model persamaan regresi linear berganda sebagaimana berikut⁷¹:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$\text{Perilaku } \textit{Impulse Buying} = a + b_1X_1 + b_3X_3 + e$$

Dimana, a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi masing – masing variabel

X₁ = Harga

X₂ = keragaman produk

X₃ = Promosi penjualan

E = *Error term* (variabel pengganggu) aa residual

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya *R-Square* (R^2) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu harga, keragaman produk dan promosi penjualan menjelaskan variabel dependen yaitu perilaku *impulse buying*. nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika nilai R^2 bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang

⁷⁰ Sugioyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2003),hlm.210-211.

⁷¹ Imam Ghazali,*Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*,...hlm.149.

dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, sedangkan jika R^2 bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Dalam pengujian hipotesis kedua koefisien determinasi dilihat dari besarnya *Adjusted R_Square*. Kelemahan mendasar penggunaan R^2 adalah bisa terhadap jumlah variabel vbebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel terikat tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R_Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Oleh karena itu, digunakanlah *Adjusted R_Square* pada saat mengevaluasi model regresi linier berganda.⁷²

6. Pengujian hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui dengan sementara apakah terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Pengujian ini menggunakan uji signifikansi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial dengan menggunakan uji t maupun simultan dengan uji F.

a. Pengujian secara parsial (uji t)

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh masing – masing variabel independen atau bebasnya secara sendiri – sendiri terhadap variabel dependen atau terikatnya. Uji berarti (bi)

⁷² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Universitas Diponegoro:Semarang,2005).

dilakukan dengan statistik t. Hal ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari independennya.

$H_0 : b_i = 0$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X1) terhadap variabel dependen (Y).

$H_1 : b_i \neq 0$, maka terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen (X1) terhadap variabel dependen (Y).

Adapun kriteria dari pengujiannya yaitu:

- Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Asumsinya, apabila probabilitas t lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, begitu pula sebaliknya.⁷³
- Membandingkan nilai t tabel dengan nilai t hitung, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut.⁷⁴
 - Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak
 - Jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima

b. Uji secara simultan (uji F)

Uji F memiliki tujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Hipotesis yang dirumuskan di antara lain sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen

⁷³ Singgih Santoso, *Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: Elekmedia Komputindo, 2002), hlm. 168.

⁷⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, ..., hlm. 98-99.

$H1 : b1 = b2 \neq b3 \neq 0$ Artinya , secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Adapun kriteria pengujiannya ialah sebagaimana berikut:⁷⁵

- 1) Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Asumsinya, apabila probabilitas t lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, begitu pula sebaliknya.
- 2) Membandingkan nilai F tabel dengan nilai F hitung, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:
 - Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 di tolak
 - Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima.

⁷⁵ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* , (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2014),hlm.154.

F. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Tabel.3.2

Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber	Pertanyaan	No.Item
Harga (X1)	Laba	Menurut Saladin dikutip Apri (Manajemen pemasaran) Halaman 20-21	Ketetapan harga produk Golden swalayan sesuai dengan laba dan manfaat produk	1
	Penjualan		Golden swalayan menawarkan harga penjualan sesuai standart kualitas produk	2
	Status qua		Penetapan harga di Golden swalayan sesuai standart SNI	3
Keragaman Produk (X2)	<i>Convenience product</i>	Menurut Kotler & Amstrong dikutip Nana (Manajemen Pemasaran) Halaman 29	Golden swalayan menawarkan produk kebutuhan sehari - hari	4
	<i>Shopping product</i>		Anda pernah membandingkan produk Golden swalayan dengan hypermarket lain	5
	<i>Specciallity product</i>		Golden swalayan menawarkan produk khusus yang tidak di hypermarket lain	6
	<i>Unsough product</i>		Anda pernah melihat Golden swalayan produk yang tidak di cari akan tetapi menarik untuk membeli	7
Promosi Penjualan (X3)	<i>Pull strategi</i>	Freddy Rangkuti (Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated) Halaman 38-39	Golden swalayan menawarkan sampel contoh berupa percobaan produk gratis kepada konsumen	8
			Golden swalayan menawarkan kupon belanja dengan hemat biaya	9
			Golden swalayan menawarkan paket harga lebih hemat diantara produk tertentu	10
			Golden swalayan menawarkan produk premi dengan di jual dengan harga sangat rendah	11
			Golden swalayan menawarkan <i>stiker</i> dagangan dengan membeli produk kemudian menembus produk tersebut di penukaran <i>stiker</i>	12
			Golden swalayan mengadakan demonstrasi atau pertunjukkan cara penggunaan produk	13

	<i>Push strategi</i>		Golden swalayan hampir selalu memberikan diskon harga bagi para agen	14
			Golden swalayan memberikan <i>reward</i> kepada konsumen atas <i>performance</i>	15
			produk yang tertata rapih di rak sesuai dengan produk – produk sejenis Golden swalayan menawarkan	16
			Golden swalayan memberikan pelatihan kepada para agen dalam strategi penjualan	17
			Golden swalayan selalu memajang poster dan banner jika ada info promo menarik	18
<i>Impulse Buying</i> (Y)	<i>Pure impulse</i>	Christina Whidya Utami (Manajemen Ritel: Strategi Implementasi Modern) Halaman 18-19	Anda pernah mengalami ketika pertama masuk Golden swalayan langsung membeli produk tanpa ada niat sebelumnya	19
			Anda pernah tertarik produk ketika seorang kasir mempromosikan produk tanpa berpikir sebelumnya untuk membeli	20
	<i>Suggestion impulse</i>		Anda pernah ketika ke Golden swalayan melihat produk dan baru tahu produk tersebut langsung membeli yang sebelumnya ada niatan beli	21
	<i>Reminder impulse</i>		Anda pernah di ingatkan kasir dengan produk tertentu kemudian mengingat persediaan produk tersebut habis dan langsung membelinya	22
	<i>Planned impuls</i>		Anda pernah ke Golden swalayan meniatkan belanja untuk menukarkan kupon atau mencari produk dengan harga spesial	23