

**PENGARUH HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MASKER KAIN DISAAT PANDEMI COVID-19 DI
KECAMATAN ILIR TIMUR III KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Oleh :

M. Wahyu Kurniawan

NIM: 212016138

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

**PENGARUH HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MASKER KAIN DISAAT PANDEMI COVID-19 DI
KECAMATAN ILIR TIMUR III KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

M. Wahyu Kurniawan

NIM: 212016138

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian masker
kain disaat pandemi covid-19 dikecamatan ilir timur III kota
palcmbang

Nama : M. Wahyu Kurniawan
NIM : 212016138
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Agustus 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

DR. Sri Rahayu, S.E., M.M
NIDN: 0206016702/790999

Nadia Afrilliana, S.E., M.Si
NIDN: 0219048501

Mengetahui,
Dekan

u-b Ketua Program Studi Manajemen



Zalcha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang betanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Wahyu Kurniawan

NIM : 212016138

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Penelitian : Pengaruh Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Masker kain Disaat Pandemi Covid-19 Dikecamatan Ilir Timur III Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan;

1. Karya tulis ini adalah asli dan nelumpemah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudikan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2020


M. Wahyu Kurniawan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Seseorang Yang Bertindak Tanpa Ilmu Ibarat Bepergian Tanpa Petunjuk Dan Sudah Banyak Yang Tahu Kalau Orang Seperti Itu Sekiranya Akan Hancur, Bukan Selamat”.

(Hasan Al-Basri)

“Waktu Bagaikan Pedang, Jika Engkau Tidak Memanfaatkannya Dengan Baik, Maka Ia Akan Memanfaatkanmu”.(HR Muslim)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- 1. Allah SWT karena berkat keridhoannya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu*
- 2. Untuk kedua orang tuaku yang menyayangiku, yang selalu mendoakan dan menyemangatiiku sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar*
- 3. Untuk kakakku dan adikku yang selalu sabar dalam menghadapi segala tingkah lakuku dan selalu memberi dorongan yang membuatku semangat menyelesaikan skripsi ini.*
- 4. Untuk sahabat dan teman-teman yang selalu ada. Terima kasih atas dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini. Dan juga terima kasih untuk saling supportnya selama ini.*
- 5. Untuk Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, Terima kasih atas empat tahunnya yang penuh dengan suka duka.*
- 6. Dan untuk orang-orang tercinta lainnya.*

PRAKATA

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT , atas limpahan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul pengaruh harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian masker disaat pandemi COVID--19 di seberang Ilir Timur III Kota Palembang dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang telah dijadwalkan.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun akhirnya dapat diselesaikan berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran tentunya dibutuhkan oleh penulis agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik lagi.

Penulis sampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang tidak henti-hentinya memberikan doa, bimbingan, arahan, motivasi dan dukungan terutama kepada kedua orang tua tersayang, ayahanda Sofyan dan ibunda Sur'ah yang mana doa dan bantuannya memiliki makna besar dalam proses ini, selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si selaku ketua program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang .

4. Ibu DR. Sri Rahayu, S.E.,M.M selaku pembimbing I dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si selaku pembimbing II, yang tidak pernah lelah membimbing penuh dengan kesabaran dan keiklasan dengan memberikan yang terbaik.
5. Ibu Hj. Kholillah, S.E., M.Si selaku pembimbing Akademik
6. Seluruh Dosen FEB Universitas Muhammadiyah Palembang atas segala ilmu dan dedikasinya selama perkuliahan dan Seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palembang yang telah membantu penulis baik selama masa perkuliahan maupun dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kakak dan adik saya Siti Kurniawati dan yudi yang selalu memberi dukungan, semangat serta doa dalam membantu penyusunan skripsi ini
8. Teman-teman seperjuanganku rudi, andrean, enggal, ridho, okta, surya, andra, denny, isdi, deka, fit tarmizi dan anjar terima kasih buat dukungannya dan kenangan manis di dunia perkuliahan
9. Sahabat, teman-teman, dan orang-orang tercintaku lainnya yang selalu ada dalam menghadapi suka duka dunia per-skripsian ini.
10. Masyarakat atau warga yang terpilih sebagai responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan pihak-pihak yang lain tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha penulis lakukan akan tetapi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. meskipun demikian mudah-mudahan dari skripsi ini tetap ada manfaat yang diperoleh.amin.

Palembang, Agustus 2020

M. Wahyu Kurniawan

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iv
Halaman Persembahan Dan Motto.....	v
Halaman Prakata	vi
Halaman Daftar Isi	viii
Halaman Daftar Tabel	x
Halaman Daftar Lampiran.....	xi
Halaman Abstrak.....	xii
Halaman Abstrack.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Sebelumnya	39
C. Kerangka Pemikiran	43
D. Hipotesis.....	43
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	44
B. Lokasi Penelitian	45

C. Operasionalisasi Variabel	45
D. Populasi dan Sampel	46
E. Data yang Diperlukan	49
F. Metode Pengumpulan Data	50
G. Uji Instrumen.....	51
H. Analisis Data dan Teknik Analisis	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	58
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table I.1 Riset Pendahuluan	6
Table III.1 Kerangka Sampel	43
Table III.2 Operasionalisasi Variabel	45
Table IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	60
Table IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Table IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Table IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Table IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Table IV.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	64
Table IV.9 Hasil Uji Validitas Harga.....	65
Table IV.10 Hasil Uji Validitas Distribusi.....	65
Table IV.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Table IV.12 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	67
Table IV.13 Distribusi Jawaban Variabel Harga	68
Table IV.14 Distribusi Jawaban Variabel Kepercayaan	69
Table IV.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Table IV.16 Hasil Uji F.....	72
Table IV.17 Hasil Uji t.....	73
Table IV.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	7

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran : Kuesioner
- Lampiran : Tabulasi
- Lampiran : Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas
- Lampiran : Hasil SPSS Regresi linier, Uji F, Uji T, Dan Uji R^2
- Lampiran : Tabel Nilai r Product Moment, Tabel F, Tabel t
- Lampiran : Lembar Persetujuan Skripsi
- Lampiran : Surat Keterangan Lunas BPP
- Lampiran : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
- Lampiran : Surat Keterangan Plagiarisme
- Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran : Sertifikat AIK
- Lampiran : Sertifikat TOEFL
- Lampiran : Biodata Penulis
- Lampiran : Jurnal

ABSTRAK

M. Wahyu Kurniawan / 212016138/ 2020 / Pengaruh Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Masker Disaat Pandemi Covid-19 Di Seberang Ilir Timur III Kota Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Adakah pengaruh harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian masker disaat pandemi COVID--19 di seberang Ilir Timur III Kota Palembang. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian masker disaat pandemi COVID--19 di seberang Ilir Timur III Kota Palembang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian asosiatif yang bermaksud untuk mencari tahu apakah harga dan distribusi mempengaruhi keputusan pembelian masker. Dengan variabel satu harga dan variabel dua distribusi dengan variabel dependen keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah warga di Kecamatan Seberang Ilir Timur III Kota Palembang yang pernah melakukan pembelian masker selama masa pandemi covid-19. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kusioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Kualitatif* dan *Kuantitatif*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan persamaan regresi : $Y = 1,691 + 0,411X_1 + 0,138X_2$. Hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} (27.420) > F_{tabel} (3,09)$, artinya ada pengaruh harga dan distribusi secara bersama-sama/simultan terhadap Keputusan Pembelian masker disaat pandemi covid-19. Hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} (5.319 > t_{tabel} (1,66))$ untuk Harga, dan $t_{hitung} (2.103) > t_{tabel} (1,66)$ untuk Distribusi, artinya ada pengaruh Harga dan Distribusi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Masker disaat pandemi covid-19. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan variabel Harga dan Distribusi mampu berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian Masker 36,1%.

Kata Kunci : Harga, Distribusi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

M. Wahyu Kurniawan/ 212016138/ 2020/ *The Influence of Price and Distribution on Buying Decision of Mask during the COVID-19 Pandemic at Seberang Ilir Timur III of Palembang.*

The formulation of the problem in this research was whether price and distribution influenced on buying decision of mask during the COVID-19 pandemic at Seberang Ilir Timur III of Palembang. This research aimed to determine the influence of price and distribution on buying decision of mask during the Covid-19 Pandemic at Seberang Ilir Timur III of Palembang. The research was conducted using an associative research method which intended to find out whether price and distribution influenced on buying decision of mask with one price variable and two distribution variables with the dependent variable of buying decision. The population in this research was residents in Seberang Ilir Timur III Sub-district of Palembang who had bought masks during the COVID-19 pandemic. The sampling technique was purposive sampling method with 100 people. The data were primary. The method of collecting data was through questionnaires. The data analysis was qualitative and quantitative. The analysis technique was a multiple linear regression. The results of a multiple linear regression analysis showed the regression equation: $Y = 1,691 + 0,411X_1 + 0,138X_2$. The result of F_{test} showed the value of $F_{\text{obtained}} (27,420) > F_{\text{table}} (3,09)$, it meant there was simultaneously the influence of price and distribution on buying decision of mask during the COVID-19 pandemic. The result of t_{test} showed the value of $t_{\text{obtained}} (5,319 > t_{\text{table}} (1,66)$ for the price, and $t_{\text{obtained}} (2,103) > t_{\text{table}} (1,66)$ for the distribution, it meant there were simultaneously the influence of price and distribution on buying decision of mask during the COVID-19 pandemic. The coefficient of determination test results showed that price and distribution variables were contributed on buying decision of mask about 36.1%.

Keywords: Price, Distribution, Buying Decision

PENGESAHAN
NO. 206 / 2020 / 2020
Telah di terima
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang 2020.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan suatu proses social dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Amstrong, 2012:3). Tugas pemasaran adalah menciptakan pelanggan yang loyal, Pelanggan merupakan para konsumen yang puas dan berulang kali melakukan pembelian pada perusahaan. Salah satu kajian pemasaran yang menarik adalah perilaku konsumen. Seorang pemasar perlu mempelajari perilaku konsumen untuk memastikan kesesuaian antara keinginan konsumen dengan apa yang ditawarkannya.

Konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen, yaitu: konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Konsumen organisasi meliputi organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintah dan lembaga lainnya (sekolah, perguruan tinggi, dan rumah sakit). Konsumen merupakan orang yang sangat penting bagi seorang pemasar karena konsumenlah yang akan menjamin perkembangan sebuah usaha. Terhadap perilaku, pemasar perlu memahami apa saja yang menjadi dasar keputusan konsumen membeli termasuk mempelajari perubahan keputusannya. Selanjutnya pemasar perlu

menyesuaikan perilaku konsumen ini dengan tawarannya karena kesesuaian antara perilaku mempengaruhi dan mengubah perilaku itu. Pertama, pemasar. Pemasar perlu mengkaji susunan bauran pemasaran apakah yang lebih efektif memberikan pengaruh terhadap perilaku beli konsumen. Itulah sebabnya pemasar tertarik memahami proses pembelian, bahkan perkembangan dinamika pasar juga menyebabkan pemasar tertarik pada proses dan pasca konsumsinya. Kedua adalah pihak yang berkepentingan dengan pendidikan dan perlindungan konsumen. Pihak ini melakukannya untuk membantu konsumen melakukan konsumsi secara lebih bijaksana.

Melalui pendidikan dan sosialisasi yang mendukung, konsumen dapat diajarkan untuk mendeteksi, mengenali dan menolak beragam tindakan konsumsi yang merugikan dirinya sendiri maupun orang banyak. Ketiga adalah kebijakan publik, pendidikan tidak dapat menjamin keamanan konsumen berkonsumsi. Bagaimana pun juga konsumen tetap memiliki kebebasan untuk membuat berbagai alternatif pembelian. Akan tetapi apabila kebebasan ini dikurangi lewat penyalahgunaan bisnis, maka wajib bagi pemerintah untuk memberikan perlindungan lewat beragam aturan yang mungkin diberlakukannya. Berbagai alasan di atas cukup membuat siapapun perlu mencermati perilaku konsumen, bukan hanya untuk kepentingan pribadinya akan tetapi juga untuk kepentingan bersama. Beberapa pihak berkepentingan mempelajari perilaku konsumen

Solomon (2011:61) berpendapat bahwa perilaku konsumen mempelajari mengenai segala hal tentang bagaimana proses yang terjadi pada

saat konsumen memilih, membeli, menggunakan atau membuang suatu produk jasa, ide, ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri.

Perilaku konsumen selalu dihubungkan dengan keputusan pembelian. Pemasar selalu berharap bahwa keputusan pembelian terjadi secara nyata lewat tindakan konsumen melakukan pembelian terhadap produknya. Tindakan ini melewati proses yang tidak sederhana, konsumen akan mengidentifikasi terlebih dahulu terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan keinginannya. Konsumen juga akan mencari dan membandingkan informasi dari berbagai sumber tentang hal-hal yang berhubungan dengan keinginannya. Akhirnya konsumen akan memutuskan pilihannya dan melakukan tindakan pembelian.

Konsep pemasaran juga dapat digunakan dalam pemasaran organisasi-organisasi yang orientasi utamanya bukanlah pada keuntungan. Misalnya pandemi COVID-19 yang dalam beberapa bulan terakhir melanda seluruh negara-negara di dunia. Virus ini datangnya dari negara Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular sangat cepat dan telah menyebar ke wilayah lain di China dan beberapa negara termasuk Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang terinfeksi pandemi COVID-19 semakin pesat, hingga Kamis, 26 Maret 2020 tercatat 893 orang positif virus corona. Diantaranya, 35 orang sembuh, 780 orang di rawat, dan 78 orang meninggal, sebanyak 103 kasus baru ini tercatat ada di 27 provinsi. Dengan kata lain, ada 3 provinsi baru yang mencatat adanya kasus perdana penularan COVID-19 yakni

Aceh (1 kasus), Sumatera Barat (3 kasus) dan Sulawesi Tengah (1 kasus). Namun dengan adanya COVID-19 semuanya tak lagi sama, yang dimana pekerjaan atau kegiatan yang biasanya dilakukan diluar rumah secara langsung sekarang terpaksa melakukan di dalam rumah. Oleh karena itu demi menjaga diri kita dari bahayanya COVID-19, kita harus menjaga kesehatan kita dengan cara selalu mencuci tangan, menggunakan masker, jaga jarak, hindari keramaian, dan lain lain.

Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Deliyanti Oentoro, 2012:216). Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Untuk menetapkan harga harus dipertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga, dan kompetisi. Langkah awal dalam penetapan harga adalah menghitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau jasa.

Terkait dengan penggunaan masker hal ini menyebabkan penggunaan masker pun meningkat di Indonesia. Salah satu masker yang paling banyak permintaannya adalah masker N95. Masker ini disebut efektif untuk mengantisipasi penyebaran virus corona di Indonesia karena mempunyai kemampuan untuk menyaring udara 95 persen dan sebagai penyaring partikel – partikel yang berbahaya, permintaan masker di pasar-pasar di Indonesia pun meningkat sehingga para distributor hampir kehabisan stok masker akibatnya

harga masker melambung tinggi. Tingginya harga masker membuat para konsumen yang membutuhkan masker mengeluh akan kenaikan masker bahkan ada yang mendapati harga masker naik 10 kali lipat dari harga masker biasa. Tanpa kita sadari naiknya harga masker juga berpengaruh terhadap perlindungan konsumen sudah saatnya kenaikan harga masker membuat konsumen mengerti akan hak-haknya. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Dari hak konsumen ini kita tahu bahwa harga masker bukanlah harga yang sebenarnya atau tidak sesuai dengan harga normal, hal itu disebabkan oleh naiknya permintaan masker membuat harga masker juga ikut melambung tinggi maka dari itu demi menghilangkan keresahan masyarakat akan naiknya harga masker dan susah dalam memperoleh masker, sehingga terciptalah masker kain dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat dan mudah di dalam membeli nya, sehingga masyarakat bisa memiliki masker.

Melihat dari fenomena yang terjadi di kota Palembang saat ini, penulis mencoba melakukan survey awal kepada masyarakat Kota Palembang guna untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian masker di masa pandemi Covid-19 di Kota Palembang saat ini, dan berikut adalah hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 30 responden masyarakat Kota Palembang yang pernah melakukan pembelian masker di masa pandemi Covid-19. Hasilnya ditunjukkan dalam tabel I.1 sebagai berikut

Tabel I.1**Hasil Riset Pendahuluan**

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
A	Harga		
1	Harga masker sesuai dengan kualitas dan perlindungannya	8	22
2	Potongan harga masker atas bantuan pemerintah	10	20
3	masker bedah dan N95 masih terbilang mahal	22	8
B	Distribusi		
7	Kemampuan penjual memenuhi kebutuhan konsumen	19	11
8	Masker kesehatan yang sulit didapat	23	7
9	Masker kain memudahkan bagi penjual untuk di pasarkan kembali	25	5

Sumber: Hasil survey, 2020

Berdasarkan dari tabel I.1 melalui riset pendahuluan yang dilakukan sebelumnya kepada 30 responden, terlihat dari beberapa aspek yang dinilai pada keputusan pembelian masker saat terjadi pandemi Covid-19 di Kota Palembang. Dalam proses pengambilan keputusan yang terjadi, responden tersebut sudah merasakan tahapan-tahapan dari proses keputusan pembelian konsumen yang di mulai dari tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian/evaluasi sampai kepada tahap pengambilan keputusan.

Berdasarkan dari riset pendahuluan dari faktor harga, terlihat bahwa ada 26% masyarakat yang masih memilih masker sesuai dengan kualitas dan

perlindungannya, 33% potongan harga masker atas bantuan pemerintah, 73% setuju akan masker bedah dan N95 masih terbilang mahal.

Kemudian dari faktor distribusi, 63% kemampuan penjual dalam memenuhi kebutuhan konsumen, 76% masker kesehatan dan N95 yang sulit didapat, dan 83% masker kain memudahkan bagi penjual untuk di pasarkan kembali.

Dari data tersebut telah menunjukkan bahwa masyarakat masih memilih masker yang sesuai dengan kualitas maupun dari segi perlindungannya yang sangat baik dan juga masker kesehatan dan N95 masih sangat terbilang mahal disaat pandemi Covid-19 sehingga masyarakat sangat sulit dalam mendapatkannya, maka terciptalah masker kain yang memudahkan bagi konsumen maupun penjual didalam mendapatkannya

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka akan menarik, dilakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Masker kain disaat pandemi COVID-19 di Seberang Ilir Timur III Kota Palembang”**

B. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian masker disaat pandemi COVID--19 di Seberang Ilir Timur III Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian masker disaat pandemi COVID-19 di seberang Ilir Timur III Kota Palembang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori – teori dari bangku kuliah dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan serta memberikan tambahan pembendaharaan kepustakaan dan juga dapat memberikan masukan atau acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran dengan topik yang serupa

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Septi. 2019. “*Analisis Strategi Saluran Distribusi Pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan*”. Universitas Islam Negri Sumatera Utara Medan
- Bernadette, Jilly. Mandey. 2013. “*Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*”. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Hasan, M. Iqbal. 2012. *Pokok-Pokok Materi Statistik II (Statisti Inferensif)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jumiati, dan Toto Sugiarto. 2017. “*Analisis Pengaruh Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Wilayah Banjarbaru Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Banjarmasin*” Universitas Achmad Yani Banjarmasin.
- Nasution, M. Amri. 2019.”*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan*”. Universitas Dharmawangsa.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran (teori dan implementasi)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen (teori dan penerapannya dalam pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Susanto, Agus. 2013. “*Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmelati Demak*”. Universitas Semarang.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran (prinsip dan penerapan)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, Felicia, dan Andy, Dkk. 2019. “*Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Merek Omron Pada PT. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan)*”. Universitas Prima Indonesia Medan.