

**PENGARUH HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MULTIVITAMIN AMERICAN  
HEALTH ESTER C DI KELURAHAN DEMANG LEBAR DAUN  
KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

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



**NAMA: DEAZTY AYU SAGITA  
NIM: 212019414P**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deazty Ayu Sagita  
NIM : 212019414P  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah 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 dikemudian 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 2021



Deazty Ayu Sagita

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

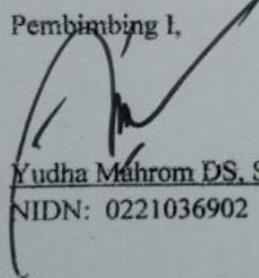
**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul: Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi terhadap  
Keputusan Pembelian Multivitamin American Health Ester C di  
Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang

Nama : Deazty Ayu Sagita  
NIM : 212019414P  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal Agustus 2021

Pembimbing I,

  
Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si  
NIDN: 0221036902

Pembimbing II,

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

Mengetahui,  
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si  
NIDN: 0229057501

## **PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

**“Orang jahil berbicara kepadaku dengan segenap kejelekan. Aku pun enggan untuk menjawabnya. Dia semakin bertambah kejahilan dan aku semakin bertambah kesabaran. Seperti gaharu dibakar, akan semakin menebar kewangian.”**

**- Imam Syafi'i -**

### **SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK:**

- Mama Tuti Alawiyah**
- Papa Azhari Patria**
- Adikku M. Meidiano Al Fajri**
- Anan**
- Teman-teman seperjuangan**

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbilalamin. Puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang”.

Skripsi ini berisi tentang penelitian harga, saluran distribusi, dan promosi terkait produk multivitamin American Health Ester C yang dikonsumsi oleh masyarakat di Kelurahan Demang Lebar Daun Palembang, sehingga masyarakat melakukan keputusan pembelian.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan akademik guna menyelesaikan pendidikan Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, motivasi, arahan, dan doa dari berbagai pihak yang telah membantu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Yudha Mahrom DS., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Yudha Mahrom DS., S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Bapak Ardi Geopani, S.STP, selaku Lurah Demang Lebar Daun Kota Palembang yang telah bersedia mengizinkan saya melakukan penelitian.
9. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, perhatian, dan do'a yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan serta jauh dari kesempurnaan dalam pembuatan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai perbaikan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-

pihak yang terkait dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis  
mendapatkan imbalan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Agustus 2021  
Penulis

Deazty Ayu Sagita

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II   KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori .....	12
B. Penelitian Sebelumnya .....	20
C. Kerangka Pemikiran .....	26
D. Hipotesis .....	26
<b>BAB III  METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	27

B. Lokasi Penelitian .....	28
C. Operasionalisasi Variabel .....	29
D. Populasi dan Sampel .....	30
E. Data yang Diperlukan .....	32
F. Metode Pengumpulan Data .....	32
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	67
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Keputusan Pembelian Multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang .....	2
Tabel 1.2 Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi Multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang .....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi ( $X_2$ ) .....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	49
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.8 Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	51
Tabel 4.9 Jawaban Responden pada Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	53
Tabel 4.10 Jawaban Responden pada Variabel Saluran Distribusi ( $X_2$ ) .....	55
Tabel 4.11 Jawaban Responden pada Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	57
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji t .....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Surat Riset dari Kelurahan Demang Lebar Daun
Lampiran 3	Sertifikat SPSS
Lampiran 4	Sertifikat AIK
Lampiran 5	Bukti Bebas Plagiat
Lampiran 6	Output Uji Validitas
Lampiran 7	Daftar $r_{tabel}$
Lampiran 8	Output Uji Reliabilitas
Lampiran 9	Output Regresi Linier Berganda
Lampiran 10	Daftar $F_{tabel}$
Lampiran 11	Daftar $t_{tabel}$
Lampiran 12	Daftar Jawaban Responden
Lampiran 13	Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

## ABSTRAK

### **Deazty Ayu Sagita/ 212019414P/ 2021/ Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang/ Pemasaran**

Pada penelitian ini, rumusan masalahnya yaitu adakah pengaruh harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang. Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Cochran* dan didapatkan 96 responden sebagai sampel. Data yang digunakan adalah data primer. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini melalui analisis regresi linier berganda yaitu  $Y = 2,265 + 0,269x_1 + 0,303x_2 + 0,205x_3$ . Hasil pengujian hipotesis melalui aplikasi SPSS 16, menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang. (2) ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang. (3) ada pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang. (4) ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Saluran Distribusi, Promosi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Penjual memperhatikan beberapa hal dalam memasarkan suatu produk, salah satunya yaitu bauran pemasaran. Perusahaan tentu ingin melakukan pemasaran dengan baik agar produk yang dijual dapat menarik perhatian dan dapat dijangkau dengan mudah oleh calon konsumen sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, produk yang akan diteliti yaitu produk Ester C dari produsen American Health. American Health merupakan produsen dari Amerika dan salah satu inovator suplemen nutrisi yang menciptakan produk dengan bahan-bahan sehat dan alami (Non-GMO). American Health memproduksi berbagai macam suplemen, salah satunya yaitu Ester C.

Tujuan pemilihan produk Ester C karena American Health menunjukkan bahwa berdasarkan studi klinis, produk tersebut dapat bertahan dalam sistem kekebalan tubuh hingga dua kali lebih lama dari vitamin C biasa. Selain itu, Ester C diformulasikan menjadi non-asam, artinya memiliki pH netral. Hal ini membuat Ester C lebih lembut di perut daripada vitamin C biasa. Ester C juga menghadirkan produk yang cocok untuk vegetarian, bebas dari kandungan pemicu alergi umum seperti gluten, kedelai, dan produk susu.

Menurut Firmansyah (2019:2), perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu

konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and service*). Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian.

Engel (dalam Firmansyah, 2019:25) menyatakan bahwa, pengambilan keputusan merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, pembelian, konsumsi, dan evaluasi alternatif sesudah pembelian.

Berikut tabel 1.1 hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan pada masyarakat di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang yang telah mengonsumsi multivitamin American Health Ester C mengenai keputusan pembelian:

**Tabel 1.1**  
**Keputusan Pembelian Multivitamin American Health Ester C**  
**di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang**

No.	Indikator	Setuju	Tidak
1.	Multivitamin American Health Ester C dibeli karena familiar merknya.	9	21
2.	Waktu pembelian dilakukan saat hari libur.	12	18

Sumber: Hasil wawancara pendahuluan, 2021

Hasil pada indikator yang menyatakan multivitamin American Health Ester C dibeli karena familiar merknya, terdapat 30% yang menyatakan setuju dan 70% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, multivitamin American Health Ester C dibeli karena berbagai macam alasan. Selain ada

yang membeli karena familiar dengan merknya, alasan lainnya yaitu kebutuhan di masa pandemi dan kualitas produk vitamin C yang aman di lambung.

Hasil pada indikator yang menyatakan waktu pembelian dilakukan saat hari libur, terdapat 30% yang menyatakan setuju dan 70% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, waktu pembelian tidak hanya dilakukan saat hari libur.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, saluran distribusi, dan promosi didukung oleh teori Alma (2014:96) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa *response* yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Arifin (2019:85), bauran pemasaran adalah serangkaian taktik pemasaran yang dirancang oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan pasar. Kotler dan Armstrong (dalam Musfar, 2020:9-10) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

Dari dua kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah beberapa tindakan pemasaran yang dilakukan pada produk, harga, promosi dan distribusi untuk mencapai tanggapan pasar yang diinginkan.

Dalam hal ini, bauran pemasaran dilakukan untuk mencapai keputusan pembelian.

Salah satu hal yang diperhatikan oleh konsumen saat membeli suatu produk adalah harga produk tersebut. Harga produk yang dapat bersaing dengan produk lain atau harga yang sesuai dengan manfaat produk akan menjadi pertimbangan pembelian suatu produk. Supriadi (2018:25) menyatakan bahwa harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.

Konsumen mendapatkan suatu produk karena adanya proses distribusi. Distribusi berperan dalam menyampaikan produk kepada konsumen. Menurut Suryanto (2016:5), definisi manajemen distribusi adalah suatu strategi dalam mengembangkan saluran distribusi dari perencanaan (*planning*), mengorganisasi (*organization*), mengoperasikan (*operation*), dan pengawasan (*controlling*) guna mencapai tujuan perusahaan. Saluran distribusi sendiri merupakan sarana perpindahan barang dari produsen melalui jalur perantara hingga ke tangan konsumen atau pemakai terakhir.

Selain itu, dengan adanya berbagai produk dengan keunggulannya masing-masing maka, suatu produk yang ingin dikenal oleh konsumen memerlukan promosi. Promosi berperan membangun citra produk dengan menonjolkan kelebihan produk tersebut sehingga konsumen memilihnya. Menurut Brahim (2021:65), promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, di mana tujuannya

adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus memengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

Produsen tentu ingin memperhatikan pemasaran produk dari segala aspek karena sebaik apapun suatu produk, jika tidak dilakukan pemasaran dengan baik maka, produk tersebut tidak akan dikenal baik oleh calon konsumen dan tidak ada ketertarikan pada produk tersebut. Dalam bauran pemasaran, kegiatan ini dapat mencampur berbagai aspek pemasaran yang perlu diperhatikan menjadi satu.

Berdasarkan pengamatan penulis mengenai multivitamin American Health Ester C ini, ada berbagai hal yang tidak memenuhi strategi bauran pemasaran. Produk multivitamin American Health Ester C menawarkan harga yang terbilang mahal daripada produk vitamin C lainnya karena konsumen harus membeli satu botol yang berisi minimal 90 tablet dengan harga mulai dari Rp 170.000. Varian harga lainnya yaitu isi 225 tablet dengan harga mulai dari Rp 320.000 dan isi 450 tablet dengan harga mulai dari Rp 620.000.

Jika konsumen ingin membeli produk ini maka harus membeli melalui media *online* karena produk ini tidak dapat ditemukan di toko terdekat. Sedangkan, tidak semua konsumen bisa dan tertarik melakukan pembelian online. Semakin banyak distribusi yang dilakukan oleh produsen maka produk akan semakin dikenal oleh konsumen. Hal ini membuat multivitamin American Health Ester C menjadi susah dijangkau oleh calon konsumen.

Diketahui bahwa penjualan multivitamin American Health Ester C hanya dilakukan di media *online* saja membuat produk ini kurang didapati promosinya. Promosi yang dilakukan untuk produk ini hanya melalui media *online* juga. Padahal, dengan adanya promosi yang baik, maka akan lebih banyak masyarakat yang lebih mengenal produk ini dan mempertimbangkan untuk mengonsumsi vitamin C dari American Health Ester C.

Masyarakat sangat memerlukan vitamin untuk kegiatan sehari-hari, terlebih lagi dalam masa pandemi sekarang. Vitamin C sangat berperan untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan membantu dalam aktivitas sehari-hari. Berhubungan dengan harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C yang dilakukan oleh masyarakat, berikut tabel 1.2 hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan pada masyarakat di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang yang telah mengonsumsi multivitamin American Health Ester C:

**Tabel 1.2**  
**Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi Multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang**

No.	Indikator	Setuju	Tidak
<b>Harga</b>			
1.	Harga multivitamin American Health Ester C relatif terjangkau.	14	16
2.	Harga multivitamin American Health Ester C dapat bersaing.	10	20
<b>Distribusi</b>			
1.	Saluran pemasaran yang dilakukan penjual dalam mendistribusikan produk baik.	6	24
2.	Lokasi penjual mudah dijangkau.	10	20
<b>Promosi</b>			
1.	Melihat produk melalui iklan.	5	25
2.	Penjual secara langsung menawarkan multivitamin American Health Ester C.	9	21

Sumber: Hasil wawancara pendahuluan, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai hasil wawancara pendahuluan pada 30 masyarakat Kelurahan Demang Lebar Daun yang telah menjadi konsumen multivitamin American Health Ester C, hasil pada indikator yang menyatakan harga produk relatif terjangkau, terdapat 46,7% yang menyatakan setuju dan 53,3% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, harga produk relatif mahal karena dalam sekali pembelian harus membeli satu botol berisi minimal 90 tablet dengan harga mulai dari Rp 170.000.

Hasil pada indikator yang menyatakan harga multivitamin American Health Ester C dapat bersaing, terdapat 33,3% yang menyatakan setuju dan 66,7% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, harga multivitamin American Health Ester kurang dapat bersaing karena cenderung lebih mahal dibandingkan dengan produk vitamin C lainnya.

Hasil pada indikator yang menyatakan saluran pemasaran yang dilakukan penjual dalam mendistribusikan produk baik, terdapat 20% yang menyatakan setuju dan 80% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, penjual kurang baik dalam mendistribusikan produk karena produk tidak tersebar dimana pun kecuali di toko *online*.

Hasil pada indikator yang menyatakan lokasi penjual mudah dijangkau, terdapat 33,3% yang menyatakan setuju dan 66,7% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, lokasi penjual tidak mudah dijangkau karena penjual hanya menawarkan produk melalui toko *online*.

Hasil pada indikator yang menyatakan melihat produk melalui iklan, terdapat 16,7% yang menyatakan setuju dan 83,3% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, iklan produk Ester C jarang ditemukan kecuali pada media *online*.

Hasil pada indikator yang menyatakan penjual secara langsung menawarkan multivitamin American Health Ester C, terdapat 30% yang menyatakan setuju dan 70% yang menyatakan tidak setuju. Menurut konsumen, hanya sebagian kecil konsumen yang melakukan pembelian produk melalui penjualan pribadi secara langsung yang dilakukan oleh penjual.

Sebagian besar konsumen menemukan produk American Health Ester C sendiri melalui media *online*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik dalam pembuatan laporan akhir dengan mengambil judul “Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian multivitamin American Health Ester C di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat menambah informasi dan pemahaman mengenai harga, saluran distribusi, promosi, keputusan pembelian, pengaruh yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penerapan praktek dari teori yang telah didapatkan selama perkuliahan.

## **2. Bagi Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dapat menjadi informasi mengenai harga, saluran distribusi, dan promosi multivitamin American Health Ester C bagi masyarakat di Kelurahan Demang Lebar Daun Kota Palembang. Selain itu, dapat menjadi pertimbangan dalam pembelian produk tersebut.

## **3. Bagi Almamater**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi mengenai harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian untuk peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfairi, Basyits Ali (2019, Desember). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vitamin Mata Biovision PT. Indofarma Global Medika Cabang Medan. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 6.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arifin, Samsul. 2019. *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish.
- Asiati, Diah Isnaini, dkk. 2019. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri.
- Brahim, Nur Eli. 2021. *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dwiatmoko, Hermanto. 2018. *Peran Transportasi Perkeretaapian Dalam Pembangunan Nasional Melalui Analisis Input-Output Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kredit secara Sehat Modul Sertifikasi Bidang Kredit Tingkat 1*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kholidah, Nur dan Muhammad Arifiyanto. 2020. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12*. Jakarta: Indeks.

- Musfar, Tengku, Firlil. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan dan Arief Bowo Prayoga K (2015, November). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(3).
- Setiawan, Heri, Yusleli Herawati dan Santi Asmarani (2015, Mei). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan K-Omega Squa (Studi Kasus pada Stokis PT K-LINK Nusantara Cabang Plaju Palembang). *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 13.
- Soediono, Jhudi Bonosari dan Taufik Abidin (2018, Oktober). Gambaran Penerapan Konsep Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mastin® (Capsul Ekstrak Kulit Manggis) di Apotek Wilayah Banjarmasin Tengah. *Jurnal Pharmascience*, 5(2).
- Stice, Earl K., James D. Stice, dan K. Fred Skousen. 2011. *Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, dkk. 2015. *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press.
- Supriadi. 2018. *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Suryanto, Mikael Hang. 2016. *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.