

**PENGARUH MEREK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE DI KECAMATAN
PLAJU KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Nama : Refsi Nurhusni Febriyanti
NIM : 212017420**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH MEREK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE DI KECAMATAN
PLAJU KOTA PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Refsi Nurhusni Febriyanti
NIM : 212017420**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

Halaman Pernyataan Bebas Plagiat

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Refsi Nurhusni Febriyanti

NIM : 212017420

Konsentrasi : Pemaasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Merek, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan

Pembelian Vaseline Di Kecamatan Plaju 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 sendiritanpa 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



Refsi Nurhusni Febriyanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

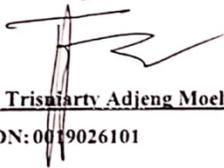
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Merek, Harga Dan Distribusi Terhadap
Keputusan Pembelian Vaseline Di Kecamatan Plaju
Kota Palembang

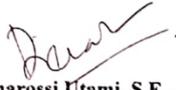
Nama : Refsi Nurhusni Febriyanti
NIM : 212017420
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Agustus 2021

Pembimbing I


Dr. Trisnartiy Adjeng Moelvatie, S.E., M.M.
NIDN: 0019026101

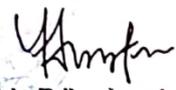
Pembimbing II


Dinarossi Utami, S.E., M.Si.
NIDN: 0220018901

Mengetahui

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Zalcha Trihandayani, SE., M.Si

NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.”

~Ath-Thalaq 2-3

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK:

Ayah, terimakasih atas dukungan dan limpah kasih sayang yang diberikan kepada putri sulungnya ini.

Ibu, terimakasih sudah mendidik putri kecilmu ini sehingga saya telah menjadi wanita yang berbahagia di dunia ini.

Adikku tercinta, Lestari.

PRAKATA



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbilalamin segala puji hanyalah milik Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Vaseline di Kecamatan Plaju Kota Palembang dengan tepat waktu. Sholawat serta salam kita haturkan semoga selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, ayahanda Gunawan dan ibunda Tasilah Basriah selalu berusaha dengan maksimal dalam hal mendukung, memotivasi, dan selalu mendoakan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Selesaiannya penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan, bantuan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Ibu Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku pelaksana tugas Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E., M.M dan ibu Dinarossi Utami, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II penulis, atas bantuan dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dari awal penyusunan hingga akhir.
5. Bapak, Ibu Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi kepada penulis.
6. Remaja di Kecamatan Plaju Kota Palembang seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
7. Sahabat-sahabat ku Istihara, Audy Melisya, Marisa Peransiska, Samsul, Hamzah, yang telah menjadi semangat dalam perkuliahan selama ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari sempurna.

Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, Agustus 2021

Refsi Nurhusni Febriyanti

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Persembahan dan Motto.....	iv
Halaman Prakata.....	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak.....	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
1. Merek.....	10
2. Harga.....	10
3. Distribusi.....	10
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Perusahaan.....	11
2. Universitas Muhammadiyah Palembang.....	12
3. Peneliti.....	12

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Keputusan Pembelian.....	18
3. Merek.....	22
4. Harga (<i>Price</i>).....	27
5. Distribusi (<i>Place</i>).....	35
B. Penelitian Sebelumnya.....	38

C. Kerangka Pemikiran.....	43
D. Hipotesis.....	43

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	44
1. Penelitian Deskriptif.....	44
2. Penelitian Komparatif.....	44
3. Penelitian Asosiatif.....	44
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Operasional Variabel.....	45
D. Populasi dan Sampel.....	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	46
E. Data Yang Diperlukan.....	48
1. Data Primer.....	48
2. Data Skunder.....	48
F. Metode Pengumpulan Data.....	48
1. Wawancara.....	48
2. Obsrevasi.....	49
3. Kuesioner.....	49
G. Uji Instrument.....	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
H. Analisis dan Teknik Analisis.....	50
1. Analisis Data.....	50
2. Teknik Analisis.....	52

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	57
1. Sejarah Singkat Tempat Penelitian.....	57
2. Vaseline.....	58
3. Gambaran Indikator Penelitian.....	62
4. Uji Instrument.....	64

5. Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	66
6. Gambaran Umum Jawaban Responden.....	70
7. Proses Pengujian.....	80
B. Hasil dan Pembahasan.....	84
1. Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
2. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Secara Individual..	86
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Individual..	87
4. Pengaruh Distribusi/Tempat Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Daftar Perusahaan Yang Memproduksi <i>Hand and Body Lotion</i> di Indonesia.....6
Tabel I.2	Merek Produk Yang Digunakan Remaja Plaju.....8
Tabel I.3	Alasan Remaja Membeli Produk Vaseline.....9
Tabel III.1	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian.....45
Tabel IV.1	Uji Validitas.....65
Tabel IV.2	Uji Realibilitas.....66
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....67
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....68
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian.....68
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan.....69
Tabel IV.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....69
Tabel IV.8	Keputusan Pembelian.....70
Tabel IV.9	Merek.....73
Tabel IV.10	Harga.....75
Tabel IV.11	Distribusi/Tempat.....78
Tabel IV.12	Analisis Regresi Linier Berganda.....80
Tabel IV.13	Uji F.....82
Tabel IV.14	Uji T.....83
Tabel IV.15	Uji Koefisien Determinasi.....84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar II.2 Model Proses Pengambilan Keputusan.....	19
Gambar II.3 Tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	20
Gambar II.4 Tahap Menentukan Harga.....	34
Gambar II.5 Kerangka Pemikiran.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner
Tabulasi Data Responden
Hasil Uji Validitas
Hasil Uji Reliabilitas
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Hasil Uji Hipotesis
Jadwal Penelitian
Tabel r
Tabel F
Tabel T
Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
Hasil Cek Plagiarisme
Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
Sertifikat SPSS
Sertifikat AIK
Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
Sertifikat Komputer Bisnis
Sertifikat Lomba Kaligrafi
Sertifikat Juara 1 Lomba Volly Merdeka 69
Sertifikat Juara 1 Lomba Volly Merdeka 70
Sertifikat Lomba Keren & Beken Acting
Sertifikat Juara II Lomba Volly Class Meeting
Sertifikat Kursus Komputer
Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Biodata Mahasiswa
Jurnal

Abstrak

Refsi Nurhusni Febriyanti /212017420/ Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vaseline di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh merek, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian Vaseline di Kecamatan Plaju Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vaseline di Kecamatan Plaju Kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan menggunakan variabel Merek, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu remaja di Kecamatan Plaju Kota Palembang yang bersifat *infinite* dan sampel ditetapkan sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yang dikuantitatifkan dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Merek, Harga dan Distribusi secara simultan dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Vaseline. Dalam uji parsial variabel Merek dan Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Vaseline di Kecamatan Plaju Kota Palembang. Sedangkan variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Vaseline di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

Kata Kunci : Merek, Harga, Distribusi, Keputusan Pembelian

Abstract

Refsi Nurhusni Febriyanti /212017420/ The Effects of Brand, Price and Distribution on Vaseline Purchasing Decisions in Plaju District, Palembang City.

The formulation of the problem in this study was to find out whether any effects of brand, price and distribution on Vaseline purchasing decisions in Plaju District, Palembang City. This study aimed to determine the effect of brand, price and distribution on Vaseline purchasing decisions in Plaju District, Palembang City. This type of research was associative by using the variables of Brand, Price and Distribution on Purchasing Decisions. The population in this study were teenagers in Plaju District, Palembang City which was infinite and the sample was set at 100 people who were taken by purposive sampling technique. The data in this study were primary data and data collection techniques were through questionnaires. Furthermore, the data analysis technique used quantified qualitative analysis and multiple linear regression analysis. The results of this study indicated that Brand, Price and Distribution simultaneously and significantly gave an effect on Vaseline purchasing decisions. In the partial test, Brand and Distribution variables had a positive and significant effect on Vaseline purchasing decisions in Plaju District, Palembang City. While the price variable had no significant effect on Vaseline purchasing decisions in Plaju District, Palembang City.

Keywords: Brand, Price, Distribution, Purchase Decision

No: 144	September 7, 2021	
---------	----------------------	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan kosmetik yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Pemasar dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus berfokus pada disiplin nilai tertentu sesuai dengan perilaku konsumen, produk dan operasinya. Hal tersebut dibutuhkan pemasar untuk mampu bersaing dengan pemasar lain. Dengan memahami perilaku konsumen maka pemasar dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Menurut *American Marketing Association* 1960 dalam Assauri, 2017, “Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai konsumen”. Pemasaran juga memiliki kegiatan yang berkaitan erat dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan setiap individu melalui proses pertukaran. Kegiatan pemasaran juga harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Salah satu aspek penting dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen menggambarkan perilaku setiap

orang dalam proses pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta evaluasi setelah menggunakan produk yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan terhadap beragam produk. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang pertama yaitu, faktor budaya terdiri dari kultur, sub kultur, kelas sosial. Yang kedua faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Ketiga yaitu faktor pribadi terdiri dari, usia dan tahap daur hidup, pekerjaan dan situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian. Dan keempat adalah faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap. Setiap konsumen adalah pribadi yang berbeda-beda, karena ada banyak hal yang mempengaruhi. Hal inilah yang membuat konsumen satu dan lainnya tidak sama dalam mengambil tindakan pada saat proses melakukan perencanaan, pembelian, dan yang terakhir evaluasi. Itulah sebabnya dalam pemasaran kajian perilaku konsumen merupakan kajian yang sangat dinamis.

Terdapat beberapa pihak mempunyai kontribusi besar untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku tersebut. Pertama pemasar, pemasar harus mampu membujuk konsumen yang memiliki beragam perilaku serta mengkaji bagaimana mereka berperilaku, bertindak dan berfikir. Dengan memahami perilaku setiap konsumen, maka pemasar dapat merancang strategi dengan baik, dan mampu memahami kecenderungan konsumen tersebut bereaksi setelah mendapatkan informasi. Kedua adalah pihak yang berkepentingan dengan pendidikan dan perlindungan konsumen, lembaga pendidikan dan pemerintah juga berkepentingan untuk mengetahui dan

mempengaruhi perilaku konsumen pada masyarakatnya yang dimaksudkan untuk mendidik serta membantu konsumen melakukan konsumsi secara lebih bijaksana. Ketiga adalah kebijakan publik, di era modern ini, ada banyak perusahaan besar yang berstandar nasional untuk mempengaruhi konsumennya dengan berbagai cara namun hal inilah yang membuka peluang bisnis yang tidak bersih. Dengan adanya hal inilah tidak menutup kemungkinan konsumen belum cukup aman dalam berkonsumsi. Karena awamnya konsumen tidak mengetahui produk aman jika produsen dan pemerintah tidak bekerja sama dalam melindungi masyarakatnya.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnalNh Madinah2017 mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen didalam memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa tertentu. Maka dari itu perusahaan harus memahami dan mampu memenuhi selera konsumen yang dapat berubah-ubah sehingga meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk atau jasa tertentu.

Selain itu konsumen juga perlu memperhatikan merek sebelum melakukan pembelian. Menurut Fandy Tjiptono (2018), yang dimaksud merek (*brand*) adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Merek itu sendiri memiliki kesan tersendiri kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsumen secara massal. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek. Persaingan dunia industri yang semakin ketat saat ini, menuntut perusahaan agar lebih kreatif dan dapat mengusung nilai-nilai untuk menuhi kebutuhan individual konsumen dan yang

diinginkan oleh konsumen sehingga memberi kontribusi atas hubungan dengan merek tersebut. Maka konsumen akan mendapatkan kualitas yang konsisten setiap kali mereka melakukan pembelian.

Menurut Grewal dan Levy dalam bukunya Fandy Tjiptono (2015:290) harga adalah pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang atau jasa. Harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen dalam melakukan pembelian. Bila harga terlalu mahal, maka produk yang bersangkutan akan tidak mudah terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan customer value menjadi rendah. Namun, jika harga yang ditawarkan lebih rendah perusahaan sulit mendapatkan kepercayaan akan kualitas yang baik terhadap konsumen dengan begitu perusahaan sulit mendapatkan laba. Penetapan harga pada sasaran yang tepat merupakan faktor penting untuk kesuksesan jangka panjang maupun jangka pendek dalam sebuah perusahaan maka harga dapat menjadi senjata strategi untuk bersaing secara efektif.

Setelah melihat sisi produk dan harga, konsumen juga memperhatikan distribusi. Menurut Winardi (2019:299) distribusi adalah suatu kelompok perantara yang berhubungan erat satu sama lain yang menyalurkan produk-produk kepada para pembeli. Saluran distribusi merupakan salah satu faktor penting dalam meyakinkan persepsi konsumen untuk membeli produk yang mudah dijangkau ketika melakukan keputusan pembelian sehingga perusahaan

dapat berkembang seiring dengan bertumbuhnya ekonomi dan penduduk. Suatu distribusi/lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, akses kemudahan menjangkau, visiabilitas yaitu lokasi atau tempat dapat dilihat jelas dengan jarak normal.

Hadirnya berbagai macam produk perawatan atau kosmetik dipasaran semakin hari semakin beragam produk perawatan dibutuhkan oleh para konsumen yang membutuhkannya. Mulai dari perkembangan inilah muncul bermacam-macam kebutuhan sekaligus inovasi yang terus berkembang mulai dari kesehatan, gaya hidup, perawatan, kecantikan dan masih banyak lagi. produk perawatan memiliki banyak jenis dan manfaatnya tersendiri mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki, seperti sabun mandi, sabun cair, *shampoo*, *conditioner*, lulur mandi, hingga *hand body lotion* yang memiliki banyak varian serta manfaat. Tentu hal tersebut membuat perusahaan terus melakukan inovasi yang tidak hanya menawarkan satu produk serta varian saja. Seperti *hand body lotion*, produk ini cukup banyak ditawarkan dengan manfaat, aroma dan varian yang bermacam-macam oleh berbagai perusahaan kosmetik dan kecantikan. Selain itu banyak sekali merek yang tersedia dan juga banyak beredar di pasaran, salah satunya adalah produk “VASELINE”.

Tabel I.1Daftar Perusahaan yang Memproduksi *Hand & Body Lotion* di Indonesia

No	Nama Produk	Perusahaan
1	Vaseline	PT. Unilever
2	Citra	PT. Unilever
3	Emeron	PT. Lion Wings
4	Nivea	PT. Beiersdorf Indonesia
5	Viva	PT. Vitapharm
6	Marina	PT. Barclay
7	Shinzui	PT. Bina Karya Prima

Sumber : www.iknow.com (di unduh tanggal 15 Juni 2021)

PT Unilever Indonesia Tbk adalah salah satu produsen *hand & body lotion* pasar di industri *consumer goods* di Indonesia. PT Unilever Indonesia Tbk juga senantiasa mempelajari kebutuhan dan keinginan pelanggan, melakukan inovasi, serta terus membangun citra produk. Unilever Indonesia mempunyai beberapa produknya, salah satunya adalah Vaseline *Hand & body lotion* yang dikembangkan ke dalam beberapa kategori produk baru. Vaseline *Hand and Body Lotion* telah memenuhi kebutuhan wanita selama lebih kurang 75 tahun. Target utama produk *hand and body lotion* adalah wanita usia 18-25 tahun. Mahasiswa merupakan salah satu target pasar dari produk Vaseline *hand & body lotion* lainnya.

Sebelum nama Vaseline dikenal banyak orang seperti sekarang, ternyata nama Vaseline dulu dikenal sebagai obat salep. Namun setelah diakui oleh *U.S Food and Drug Administration* sebagai protektan kulit untuk digunakan

perawatan kosmetik, Robert Chesebrough sebagai penemu *petroleum jelly* diketahui memberi nama obat salep tersebut Vaseline. Pada tahun 1872 Robert Chesebrough mengumumkan ke publik bahwa telah menciptakan produk baru dari minyak bumi yang di beri nama Vaseline, setelah melalui proses kepengurusan hak patennya untuk pembuatan minyak jelly pada tahun 1870.

Vaseline sendiri dibuat oleh Perusahaan Manufaktur *Chesebrough* sampai perusahaan ini dibeli oleh Unilever pada tahun 1987. Berdasarkan pada hal ini, perusahaan dituntut untuk mempertimbangkan konsumen sebagai salah satu faktor terpenting dalam pasar, karena dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat atau memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat bersaing secara kompetitif. Apabila faktor tersebut telah dipertimbangkan dengan tepat maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian sehingga bermanfaat bagi perusahaan.

Berdasarkan ulasan di atas dapat dilakukan pra riset untuk mengetahui beberapa merek yang digunakan masyarakat di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

Tabel I.2
Merek Produk *Hand and Body Lotion* yang digunakan masyarakat di Kecamatan Plaju Kota Palembang

Merek	Jumlah	Persentase
Citra	7	23,33%
Marina	6	20%
Viva	6	20%
Nivea	4	13,33%
Wardah	3	10%
Vaseline	2	6,68%
Sariayu	1	3,33%
Shinzui	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber : Pra Survey (2021)

Berdasarkan Tabel I.2 di atas dapat diketahui bahwa Produk Vaseline masih berada di urutan keenam dari delapan merek produk yang digunakan oleh kalangan masyarakat di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

Berdasarkan pra survey di atas, berikut ini juga diperoleh hasil dari wawancara kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Vaseline yang dijadikan pra riset oleh penulis dengan hasil indikator yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel I.3
Alasan Masyarakat Membeli Produk Vaseline di Kecamatan Plaju Kota Palembang

No	Alasan	Setuju	Tidak Setuju
A			
Merek			
1	Merek sangat berpengaruh terhadap pembelian	12	18
2	Merek yang terkenal	13	17
3	Merek yang mempunyai ciri khas tersendiri	7	23
B			
Harga			
1	Harga Produk Vaseline terjangkau	6	24
2	Harga yang dijual sesuai dengan kualitas produk yang di dapatkan	11	19
3	Jarang ada potongan harga/diskon	9	21
C			
Distribusi			
1	Distribusi yang luas	10	20
2	Produknya mudah didapatkan	12	18

Sumber : Pra Survey (2021)

Berdasarkan Tabel I.3 diatas terdapat 30 Konsumen yang pernah melakukan pembelian terhadap produk Vaseline dan dapat diketahui beberapa pendapat konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Vaseline.

1. Merek

Alasan Konsumen membeli Produk Vaseline berdasarkan Merek, sebanyak 18 konsumen menyatakan merek (*brand*) *Hand and body* Vaseline masih kurang dikenal di Kecamatan Plaju Kota Palembang. Sebanyak 17 Konsumen menyatakan bahwa merek Vaseline kurang terkenal di benak konsumen, dan 23 konsumen lainnya menyatakan bahwa merek Vaseline tidak memiliki ciri khas tersendiri baik dari segi nama, kualitas dan desain produk di benak konsumen Kecamatan Plaju Kota Palembang.

2. Harga

Alasan Konsumen membeli Produk Vaseline berdasarkan Harga. Sebanyak 24 konsumen di Kecamatan Plaju Kota Palembang menyatakan produk Vaseline cenderung lebih mahal dibandingkan produk lain. Sebanyak 19 konsumen menyatakan bahwa harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan permintaan konsumen, dan 21 Konsumen lainnya menyatakan bahwa produk Vaseline jarang ada potongan pembelian/diskon pada saat pembelian diperiode tertentu, alasan tersebut mengarah pada variabel harga.

3. Distribusi

Alasan Konsumen membeli Produk Vaseline berdasarkan distribusi/ lokasi, Sebanyak 20 Konsumen di Kecamatan Plaju Kota Palembang menyatakan tidak setuju dengan saluran distribusi jangkauan yang luas. Sebanyak 18 Konsumen lainnya menyatakan produknya jarang ditemukan

di daerah terpencil atau toko-toko kecil terdekat, alasan tersebut mengarah pada variabel distribusi/lokasi.

Berdasarkan hasil pra riset tersebut dapat diketahui bahwa produk Vaseline ini kurang diminati oleh masyarakat di kecamatan Plaju kota Palembang. Maka dengan adanya permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vaseline Di Kecamatan Plaju Kota Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian diatas dapat ditarik sebuah masalah, maka penulis dapat merumuskan masalah pokok seperti Adakah Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vaseline Di Kecamatan Plaju Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vaseline Di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan referensi bagi pihak perusahaan dalam menciptakan dan menghasilkan suatu

produk yang dapat memuaskan serta meningkatkan profit bagi perusahaan di masa mendatang.

2. Universitas Muhammadiyah Palembang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian dan menambah referensi kepustakaan sehingga dapat digunakan sebagai mahasiswa/i Fakultas Ekonomi untuk bahan penelitian sejenis.

3. Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang pengaruh merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, dimana hasil penelitian ini akan menjadi acuan antara teori-teori yang ada dengan hasil yang diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Defi Yuliani (2017) Pengaruh Merek Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy Pada Borobudur Swalayan. *Jurnal Ekonomi-Manajemen*
- Diah Isnaini Asiati, dkk (2019) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri
- Ervita Safitri dan Kholilah (2018) *Statistik I*. Palembang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah.
- Fandy Tjiptono (2015) **Strategi Pemasaran (Edisi 4)**. Yogyakarta : ANDI.
- Fandy Tjiptono (2018) *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : ANDI.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2019) *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategy* :Yogyakarta, ANDI.
- Iqbal Hasan (2015) **Pokok-pokok Materi Statistik II (Edisi 2)**. Jakarta : Bumi Aksara
- Mamik Ambarwati dan Budhi Satrio (2018) Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Oriflame di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 7(8).
- Puspa Yulvianti Damanik, Farah Oktafani (2017) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik “By Lizzie Parra” (BLP) (Studi pada Tayangan beauty vlog Lizzie Parra). *E-Proceeding of Management*. 4(2).
- Putri Ayuniah (2017) Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (study kasus pada mahasiswa jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Guna Dharma yang mengambil kuliah di kampus Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 22(3).
- Rani Puspa, Angrian Permana, & Sesiyana Nuryanti (2017) **Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian** 3(2) : 209
- Rusydi Abubakar (2018) *Manajemen Pemasaran*. Bandung : ALFABETA.
- Sudaryono (2016) *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta : ANDI OFFSET

Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.

Winardi (2019) *Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)* : Bandung. MANDAR MAJU.

Zuhriah dan Ervita (2017) *Statistik II*. Palembang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah.