

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI DI KECAMATAN
JAKABARING KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Muhammad Azmi

NIM : 212017324

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2021**

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIANSARI ROTIDI KECAMATAN JAKABARING
KOTA PALEMBANG**

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



Nama : Muhammad Azmi

NIM : 212017324

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Azmi
NIM : 212017324
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring 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 di cantumkan 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,

Palembang, 2021

Muhammad Azmi

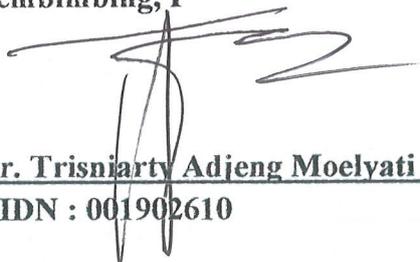
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Sari Rotidi Kecamatan Jakabaring
Kota Palembang
Nama : Muhammad Azmi
NIM : 212017324
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

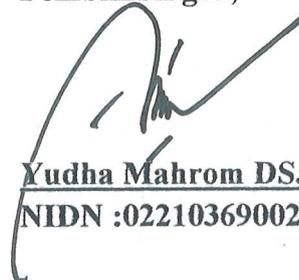
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal,

Pembimbing, I



Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati SE., MM.
NIDN : 001902610

Pembimbing II,



Yudha Mahrom DS, SE, M.Si
NIDN : 02210369002

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, SE. M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“ Ubahlah hidupmu dari hari ini. Jangan pernah bertaruh pada masa kedepan, kamu harus bertindak sekarang tanpa menunda-nunda”

(Simone de Beauvoir)

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka”

(Qs. Ar-Rad:11)

Dengan Mengucap Rasa Syukur Alhamdulillah Kepada Allah Swt. Kupersembahkan Teruntuk Orang-orang Yang Kusayangi :

- ❖ Ayah dan Ibu tercinta, motivator dalam hidupku yang selalu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran membesarkanku sampai kini dan membimbingku sampai menyelesaikan pendidikan S1. Tak pernah cukup ku membalas cinta papa dan ibu kepadaku.**
- ❖ Saudara laki-laki dan perempuan yang tersayang.**
- ❖ Bapak / Ibu Dosen, Guru dan Semua Orang yang Mendidik dan Menasehatiku terutama pembimbingku yang sangat berjasa dalam pembuatan skripsi ini Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, SE., M.M dan bpk Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si.**
- ❖ Sahabat-sahabat terbaiku dan Teman-teman seperjuangan.**
- ❖ Almamater kebangganku**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Kecamatan Jakabaring Kota Palembang”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda yaitu Zulkarnain dan Ibunda Hindun dan kakak tercinta M.Fauzi dan Agustian Ismail dan kakak perempuan Luvi Yanti yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi serta yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan berjada dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang yang paling baik didunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki

penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Tri Handayani, S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Bpk Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan Kakak dan Kakak Perempuan yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.

9. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk memberikan bahan penulisan dalam skripsi
10. Terima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan, Diki, Agung, Redho, Ismi, terimakasih selalu mensupport, selalu membantu dan selalu ada dalam penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih teman-teman manajemen paket I (perdamaian) yang telah membantu dan sama-sama berjuang dalam tugas akhirnya. Serta teman-teman KKN Mandiri A.55 Kecamatan SU II, yang selalu mensupport dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
12. Terima kasih juga kepada sahabatku Ptatama yang selalu ada dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, Agustus 2021

Muhammad Azmi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xv
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
 BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori.....	12
B. Penelitian Sebelumnya	20

C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis.....	23

BAB III, METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi Penelitian	26
C. Operasional Variabel	26
D. Populasi dan Sampel	27
E. Data Yang Digunakan.....	29
F. Metode Pengumpulan Data.....	29
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	31

BAB IV, HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian	59

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN	66
B. SARAN	67

DAFTAR PUSTAKA	68
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	70
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Riset mengenai Keputusan Pembelian Sari Roti	6
Tabel III.1 Definisi operasional variabel	26
Tabel IV.1 Uji Validitas	41
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	42
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel IV.6 Karakteristik Respinde Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel IV.7 Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel IV.8 Variabel Produk	50
Tabel IV.9 Variabel Harga.....	51
Tabel IV.10 Variabel Promosi	53
Tabel IV.11 Analisi Regresi Linear Berganda	55
Tabel IV.12 Uji F (Simultan).....	56
Tabel IV.13 Uji t (Parsial).....	57
Tabel IV.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R)	59

Daftar Gambar

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	13
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 : Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 5 : Tabulasi Hasil Jawaban Responden

Lampiran 6 : Hasil Regresi Perhtiungan SPSS

Lampiran 7 : Tabel r

Lampiran 8 : Tabel F

Lampiran 9 : Tabel t

Lampiran 10 : Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran 11 : Surat Selesai Riset

Lampiran 12 : Sertifikat Aik

Lampiran 13 : Sertifikat SPSS

Lampiran 14 : Plagiatrism Cheker

Lampiran 15 : Sertifikat Seminar Online

Lampiran 16 : Sertifikat Komputer

Lampiran 17 : Biodata

Abstrak

Muhammad Azmi /212017324/ Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Kecamatan Jakabaring Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan jakabaring kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Kecamatan Jakabaring Kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Variabel yang digunakan adalah produk, harga dan promosi yang dihubungkan dengan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di kecamatan jakabaring Palembang yang bersifat infinite dan sampel ditetapkan sebanyak 100 orang yang di ambil dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif yang di kuantatiskan dan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Produk, Harga dan Promosi secara simultan dan signifikan mempengaruhi Keputusan Pembelian Sari Roti. Dalam uji parsial variabel Produk, Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang.

Kata kunci : Produk, Harga dan Promosi, Keputusan Pembelian

Abstract

Muhammad Azmi /212017324/ The Effect of, Product, Price and Promotion on Purchasing Decision of Sari Roti in Jakabaring District Palembang.

The formulation of the problem in this study is the effect of product, price and promotion on purchasing decisions for Sari Roti in Jakabaring Palembang. This study aims to determine the effect of product, prices and promotion on purchasing decisions for Sari Roti in Jakabaring district Palembang. This type of research is an associative variable used is product, price and promotion that are associated with purchasing decisions. The population in this study is the people in jakabring Palembang district who are infinite and the sample is set as many as 100 people taken by purposive sampling technique. The data analysis technique uses quantitative analysis that is quantified and multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that product, price and promotion simultaneously and significantly influence the partial test of the variable product, harga and promotion have a positive and significant for Sari Roti in the jakabaring district Palembang.

Keyword : Product, Price, Promotion and purchasing decision.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang terpenting didalam kehidupan perusahaan sebagai usahanya untuk mencapai tujuan, megembangkan usaha, mendapatkan laba serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. (Philip Kotler dan Keller,2009). Peranan pemasaran sangat penting bagi pertumbuhan dan pegembangan perekonomian pada saat ini, sejalan dengan perekonomian di negara Indonesia ini menyebabkan menculnya beraneka ragam bidang usaha yang menawarkan produk guna memenuhi kebutuhan konsumen, dan harga guna menunjang kualitas produk.

Pemasaran dinilai sangat sangat penting karena perannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.Maka untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus kreatif dan inovatif dalam melakukan terobosan-terobosan baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.Kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pasar sangatlah bervariasi dan berubah-ubah sesuai dengan perkembang saat ini.Selain itu juga, perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dikarenakan factor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan aktivitas pembelian, oleh karena itu perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen agar kegiatan pemasarannya efektif dan efisien.

Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Keller (2018 : 166), adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk

memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat factor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian yaitu factor kebudayaan, faktor personal, faktor sosial dan factor psikologi. Selain empat factor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi dari stimuli pemasaran berupa bauran pemasaran

Bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan dalam untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Yang meliputi 4P, produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*) (Kotler dan Keller dalam Tjiptono dan Diana 2020:116). Keempat variabel tersebut merupakan penentu dalam menganalisa pasar secara keseluruhan

Keputusan Pembelian menurut Buchari Alma (2013:96) adalah bahwa suatu keputusan konsumen yang di pengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, dan, proses. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengelolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan di beli.

Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar di perhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuha. Produk bisa berupa benda fisik, jasa, tempat, organisasi dan gagasan/ide (Kotler dalam Sunyoto, 2019:69)

Harga juga berperan penting dalam pemasaran. Harga yang terlalu mahal tidak dapat dijangkau oleh pasar sasaran, yang pada akhirnya membuat penjualan

tersendat. Sebaiknya harga yang terlalu murah membuat perusahaan sulit menutup biaya atau mendapatkan laba. Harga murah kadangkala dipersepsikan berkualitas buruk. Oleh karena itu pemasaran harus cermat dalam menetapkan harga. Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2019:131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (A. Hamdani dalam buku Sunyoto 2019:145). Promosi juga bertujuan memberi pengetahuan dan menyakinkan konsumen tentang kelebihan produk yang ditawarkan agar tertarik membeli dan memakai produk tersebut

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli sesuatu. Salah satu hal dimana orang sangat berhati-hati dan teliti sekali dalam memilih dan membeli ketika membeli makanan. Zama dulu orang membeli makanan berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, ini terutama bagi masyarakat kalangan menengah kebawah. Dalam hal inilah yang menjadi prioritas utama dan membeli makanan, mereka tidak begitu memikirkan kandungan gizi dan nutrisi yang terkandung di dalam makanan yang mereka beli. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencairan, pembelian, penggunaan beragam produk dan merk setiap periode tertentu. Konsumen melakukan keputusan setiap

hari atau setiap periode tanpa menyadari bahwa mereka telah mengambil keputusan

Demikian juga produk halnya dengan perusahaan yang memasarkan produk Roti, dimana kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha penjualan suatu produk. Roti merupakan salah satu kebutuhan yang penting bagi kesehatan dan protein untuk mencegah kurangnya protein dan karbohidrat bagi tubuh. Kesehatan tidak begitu saja dimiliki seseorang, dibutuhkan upaya untuk mendapatkan dan menjaganya. Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga sumber protein yang mendorong persaingan antar produsen untuk berlombalomba menciptakan produk roti yang berkualitas. Salah satu roti yang lama dikenal oleh masyarakat di Indonesia adalah roti Sari Roti produk yang dihasilkan oleh PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. Berbagai macam merk roti yang ada di Indonesia tidak membuat Sari Roti kalah bersaing, Sari Roti tetap diminati oleh konsumen dengan persaingan yang ketat dengan produk lainnya seperti Braserri, BreadTalk, dan Roti Boy.

Sari roti memiliki fenomena diantaranya keputusan pembelian yaitu produk sari roti hanya mempunyai beberapa varian sehingga konsumen lebih tertarik dengan perusahaan lain yang menciptakan varian-varian yang lebih menarik. Harga produk kurangnya minat dalam melakukan pembelian sari roti karena produk yang dijual harganya cukup mahal sehingga minat konsumen untuk melakukan pembelian sari roti dipalembang. Promosi yang dilakukan dan diberikan oleh perusahaan kurang mempengaruhi dan menarik konsumen sehingga konsumen lebih tertarik dengan promosi yang diberikan perusahaan roti lainnya.

Fenomena lain nya yaitu produk kualitas produk yang diberikan perusahaan sari roti sangat disayangkan karena ketahanan produk sari roti cepat berjamur dan kadaluawarsa.

PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk membekukan laba bersih yang di distribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar Rp. 215,05 miliar pada periode yang berakhir sampai dengan 31 desember 2020. Perolehan labah bersih tersebut turun 28,56% per saham dari sebelumnya Rp 42,29 per saham. Penjualan roti manis turun menjadi Rp 1,28 triliun. Beban pokok penjualan turun menjadi Rp 1,40 triliun dari tahun sebelumnya Rp 1,48 triliun sehingga laba bruto Sari Roti menjadi Rp 1,80 triliun dari sebelumnya Rp 1,84 triliun. Sampai dengan desember 2020, total aset perseroan mencapai Rp 4,45 triliun dari posisi akhir desember 2019 sebesar Rp 4,68 triliun.

Penulis mencoba melakukan survey awal kepada konsumen di Kecamatan Jakabaring Palembang untuk mengatui pengaruh harga, promosi dan produk terhadap keputusan pembelian Sari roti di Kecamatan Jakabaring Palembang dan berikut adalah hasil wawancara yang dilakukan kepada 30 responden di Kecamatan Jakabring Palembang yang pernah melakukan pembelian Sari roti. Hasil wawancara dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Hasil Pra Riset mengenai keputusan
Pembelian Sari roti di Kecamatan Jakabaring Palembang

No	Indikator	Setuju	Tidak
Keputusan Pembelian			
1	Membeli produk sari roti karena mereknya terkenal	11	19
2	Mempertimbangkan Produk	16	14
Produk			
1	Ketahanan Produk	10	20
2	Kesesuaian Produk	12	18
Harga			
1	Keterjangkauan Harga	14	16
2	Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk	13	17
Promosi			
1	Melakukan pembelian karena pengaruh iklan	16	14
2	Melakukan pembelian sari roti karena penjualan publisitas	15	15

Sumber : Hasil Survei, (2021)

Survey indikator keputusan pembelian berikut penjelasan nya sebagai berikut :

1) Keputusan Pembelian

1. Membeli Produk sari roti karena merek nya terkenal

Hasil prariset responden pada indicator membeli produk sari roti karena merek nya terkenal terdapat 37% yang menyatakan setuju dan

63% menyatakan tidak setuju, menurut responden dari konsumen terdapat produk roti lain yang lebih terkenal dari produk sari roti.

2. Mempertimbangkan produk

Hasil prariset responden pada indikator mempertimbangkan produk terdapat yang menyatakan setuju dan 46% yang menyatakan tidak setuju, menurut konsumen 54% hal ini bertujuan untuk membandingkan produk Sari Roti dengan produk Roti lainnya.

2) Produk

1. Ketahanan produk

Hasil prariset responden pada indikator ketahanan produk terdapat 33% yang menyatakan setuju dan 67% yang menyatakan tidak setuju, menurut konsumen ketahanan produk sari roti kurang lama sehingga konsumen tidak bias menyimpan sari roti dengan jangka yang lama.

2. Kesesuaian kualitas

Hasil prariset responden pada inikator kesesuaian kualitas terdapat 40% yang menyatakan setuju dan 60% yang menyatakan tidak setuju, menurut konsumen kualitas bahan yang diproduksi untuk mrmbuat sari roti memenuhi standar kualitas produk yang di produksi.

3) Harga

1. Keterjangkauan Harga

Hasil prariset responden pada indikator keterjangkauan harga terdapat 53% yang menyatakan setuju dan 47% yang menyatakan

tidak setuju, menurut konsumen hal ini konsumen dapat menjangkau harga sehingga perusahaan harus memenuhi keinginan konsumen.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Hasil prariset responden pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk terdapat 43% menyatakan setuju dan 57% menyatakan tidak setuju, menurut konsumen kualitas produk yang dijual oleh perusahaan Sari Roti sesuai dengan harga yang telah ditetapkan.

4) Promosi

1. Melakukan pembelian Sari Roti karena pengaruh iklan di televisi

Hasil prariset responden pada indikator melakukan pembelian Sari Roti karena pengaruh iklan di televisi terdapat 54% yang menyatakan setuju dan 46% yang menyatakan tidak setuju, menurut konsumen iklan yang ditayangkan di televisi kurang mempengaruhi keputusan pembelian karena iklan yang ditayangkan kurang menarik.

2. Melakukan pembelian Sari Roti karena penjualan publisitas

Hasil prariset responden pada indikator melakukan pembelian Sari Roti karena penjualan publisitas terdapat 50% yang menyatakan setuju dan 50% yang menyatakan tidak setuju, menurut konsumen penyajian lisan dalam menjelaskan produk Sari Roti ini kurang efisien.

Hasil prariset responden pada indikator kesesuaian kualitas terdapat 40% yang menyatakan setuju dan 60% yang menyatakan tidak setuju,

menurut konsumen kualitas bahan yang diproduksi untuk membuat sari roti memenuhi standar kualitas produk yang diproduksi.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jawaban dari 30 responden di kecamatan jakabaring Palembang atas survey tersebut dapat diketahui bahwa beberapa responden dari konsumen Sari Roti setuju dan terdapat tidak setuju dengan harga, promosi dan produk dalam melakukan keputusan pembelian pada Sari Roti. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden cenderung tidak setuju atau tidak puas terhadap Sari Roti, artinya Sari Roti belum sepenuhnya diterima dan diminati oleh konsumen di kecamatan jakabaring Palembang. Oleh karena itu, perusahaan Sari Roti perlu meningkatkan strategi pemasaran untuk dapat bersaing dengan perusahaan Roti lainnya.

Berdasarkan latarbelakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Kecamatan Jakabaring Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini :

1. Adakah pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang?
2. Adakah pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang ?

3. Adakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang ?
4. Adakah pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang ?
2. Untuk mengetahui Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang ?
3. Untuk mengetahui Harga terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang?
4. Untuk mengetahui Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Palembang?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini maka diharapkan dapat menjadi dan memberikan hasil yang terbaik untuk pihak-pihak yang terkait, antara lain:

1. Bagi penulis
Sebagai pengetahuan untuk menambah wawasan sehingga dapat mengetahui lebih dalam tentang bagaimana suatu pemasaran, terutama

dibidang ekonomi menejemen dan dapat menerapkan ilmunya dalam penelitian ataupun dapat digunakan jika kita membangun suatu usaha.

2. Bagi almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi atau refrensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topic relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Buchari Alma. 2012. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa, cetakan kesembilan, Alfabet. Bandung
- Cocran, W.G. 2005. *Teknik Penarikan Sampel*, (Edisi Ketiga), Jakarta: UI.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen Yogyakarta : Andi.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate*. dengan program IMB SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Kotler & Armstrong, 2018. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi kedua belas. Jakarta. Erlangga.
- Kotler & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke tiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke dua belas. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambut. 2013. Manajemen. Pemasaran Jasa Jakarta. Salemba Empat.
- Noor, Juliansyah. 2012. Metodologi Penelitian. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Nova Indah Sari. (2016). Pengaruh Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti (Studi kasus pembelian Sari Roti Di HKBP Medan. Universitas HBKP Nommensen Medan.
- Nurul Aisyah, (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kecamatan Purwodadi Grobogan. Jurnal Google Scholar.
- Stephanus Felix. (2016). Pengaruh Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Woless Chip. Jurnal Google Scholar
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Penny Rahmawati (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Manajemen*, 11 (2), Jurnal Google Scholar.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Edisis Keempat. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi pemasaran*. Edisi keempat. Yogyakarta.

Ujang Sumarwan. 2014. *Perilaku Konsumen*. Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Jakarta : Ghalia Indonesia.