

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO
SUNSIK DI DESA MANUNGGAL JAYA KABUPATEN MUARA ENIM**

SKRIPSI



Nama : Nofri Irawan

Nim : 212017217

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO
SUNSILK DI DESA MANUNGGAL JAYA KABUPATEN MUARA ENIM**

**Untuk Memenuhi Salah satu persyaratan
Memproleh Gelar Sarjana**



Nama : Nofri Irawan

Nim : 212017217

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nofri Irawan
Nim : 212017217
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.
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 ketidak benaran 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, Juni 2021



Nofri Irawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan kepuasan
Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampoo
Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim
Nama : Nofri Irawan
Nim : 212017217
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

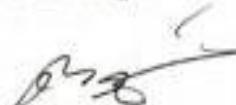
Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, Juni 2021

Pembimbing I



Dr. Trisniarty Adjeng M.S.E., MM
NIDN: 0019024101

Pembimbing II



Mardiana Puspasari S.E., M.Si
NIDN : 0226107001

Mengetahui, Dekan
S.E. Ketua Program Studi Manajemen




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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.

(Albert Einstein)

Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buatlah jalanmu sendiri dan tinggalkan jejak.

Berpikir dan Bertindak

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT.

Kupersembahkan teruntuk Orang-Orang yang aku sayangi:

- ❖ Kedua orang tua yang aku sayangi dan selalu memberi suport (JUNAIDI IRAWAN DAN NETI ERLI)*
- ❖ Adiku tersayang Defri Yani*
- ❖ Sahabat- Sahabat terbaikku dan teman- teman seperjuangan*
- ❖ Almamater kebangganku*

PRAKATA

Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarrakatuh

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO SUNSILK DI DESA MANUNGGAL JAYA KABUPATEN MUARA ENIM” Dengan tepat waktu.

Kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada Allah SWT atas kesehatan yang telah diberi kepada penulis serta kepada kedua orang tua tercinta Bapak Junaidi Irawan dan Ibu Neti Erli , Penulis persembahkan karya kecil ini untuk cahaya hidup yang senantiasa ada di saat duka maupun suka, untuk Kepala Desa dan Masyarakat Desa Manunggal Jaya yang telah berlapang hati menerima penulis untuk meneliti di Desa tersebut, Dan tidak lupa juga penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H 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 Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr.Trisniarty Adjeng Moelyati,S.E.,MM dan Ibu Mardiana Puspasari,S.E.,M.Si.

5. Dosen Penelaahku Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E, M.Si dan ibu Anggreany Hustia,S.E.,M.Si serta seluruh dosen dan staf prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak Sukari selaku Kepala Desa Manunggal Jaya dan Masyarakat desa Manunggal Jaya.
7. Terimakasih kepada Teman yang sudah saya anggap seperti Saudara saya sendiri (Rauditiya Akbar Lubis (teman Kos) Febri Valentino, Dwi Putra Megananda, (Alm)Deden Agil Saputra, Linggar, Andri Yansah,Firdaus Bimo Bramantio, Mujiko, Dicky Martha, Arman Sandi, Yudi Jaries, Ellan pratma, Jalu nurwinugoro, Rejian Seliora, Prinadi, Yendah, Dwi Rahayu dan Semua Anak Manajemen kelas F yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu).

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN | |
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| HALAM PRAKATA | v |
| HALAMAN DAFTAR ISI | vi |
| HALAMAN DAFTAR TABEL | vii |
| HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN..... | viii |
| HALAMAN ABSTRAK | ix |
| HALAMAN ABSTRACT | x |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II. KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| A. Landasan Teori | 9 |
| B. Penelitian Sebelumnya | 20 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| D. Hipotesis..... | 26 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 27 |
| 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 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN | |
| A. Hasil Penelitian | 41 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian | 41 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Kesimpulan | 71 |
| B. Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Survei Top Brand Award Shampo | 5 |
| Tabel 1.2 Hasil pra riset mengenai keputusan pembelian..... | 6 |
| Tabel III.3 Operasional Variabel | 29 |
| Tabel IV Uji Validitas | 43 |
| Tabel IV.2 Uji Reabilitas | 44 |
| 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 Responden Berdasarkan Pendapatan | 47 |
| Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Pernah | 47 |
| Tabel IV.8 Keputusan Pembelian | 48 |
| Tabel IV.9 Kualitas produk | 50 |
| Tabel IV.10 Harga..... | 51 |
| Tabel IV.11 Kepuasan Konsumen | 52 |
| Tabel IV.12 Analisis Regresi Linier Berganda | 54 |
| Tabel IV.13 Uji F | 56 |
| Tabel IV.14 Uji T | 57 |
| Tabel IV.15 Uji Koefisien Determinasi..... | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran : Kuisisioner
- Lampiran : Tobulasi
- Lampiran : Hasil Uji Validitas Dan Uji Realibilitas
- Lampiran : Hasil Uji F, Uji T Dan Uji R
- Lampiran : Tabel R
- Lampiran : Tabel F
- Lampiran : Tabel T
- Lampiran : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
- Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran : Plagiarsm Checker
- Lampiran : Sertifikat AIK
- Lampiran : Sertifikat SPSS
- Lampiran : Sertifikat Komputer
- Lampiran : Sertifikat Seminar
- Lampiran : Biodata Penulis

ABSTRAK

Nofri irawan / 212017217/ 2021 Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1). Adakah pengaruh kualitas produk, Harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim 2). Adakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim 3). Adakah Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim 4). Adakah Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Asosiatif, karena menjelaskan keterkaitan (pengaruh atau Hubungan) antar variabel, populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan populasi infinite atau populasi yang tidak diketahui dan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini konsumen yang memakai produk Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim, dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability , sedangkan metode pengambilan data menggunakan menggunakan *purposive sampling*, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer , analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, Teknik analisis Data yang digunakan adalah Analisis Regresi linier berganda, uji f, uji T dan Koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah 1). Ada pengaruh Kualitas Produk Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim 2). Ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim 3). Ada pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim 4). Ada pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga dan kepuasan Konsumen

Abstract

Nofri irawan / 212017217/2021/ The Effects of Product Quality, Price and Consumer Satisfaction on Purchasing Decision of Sunsilk Shampoo in Manunggal Jaya Village, Muara Enim Regency

The formulation of the problem in this study 1). was there any effects of product quality, price and consumer satisfaction on purchasing decisions of Sunsilk Shampoo in Mamunggal Jaya Village, Muara Enim Regency 2). was there an effect of product quality on purchasing decisions in Manunggal Jaya Village, Muara Enim Regency 3). was there an effect of on purchasing decisions in Mamunggal Jaya Village, Muara Enim Regency 4). was there an Effect of Consumer Satisfaction on purchasing decisions in Manunggal Jaya Village, Muara Enim Regency. The type of research in this study was associative research, because it explained the relationship (effect or relationship) between variables, the population used in this study was an infinite population or an unknown population and the sample used in this study was consumers who used Sunsilk Shampoo in Mamunggal Jaya Village, Muara Enim Regency. This study used a non-probability technique, while the data collection method used purposive sampling, the data used in this study was primary data, the data analysis used in this study was qualitative analysis. Analysis data used multiple linear regression analysis, f test, T test and the coefficient of determination. The results of this study were 1). There was an effect of Product Quality, Price and Consumer Satisfaction on purchasing decisions in Manunggal Jaya Village, Muara Enim Regency, 2). There was an effect of Product Quality on purchasing decisions in Mamunggal Jaya Village, Muara Enim Regency, 3). There was an effect of price on purchasing decisions in Mamunggal Jaya Village, Muara Enim Regency, 4). There was an effect of Consumer Satisfaction on purchasing decisions in Manunggal Jaya Village, Muara Enim Regency.

Keywords: *Product Quality, Price and Consumer Satisfaction*



February 4, 2008



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran memegang peran yang penting bagi kelangsungan bisnis, dengan hasil produk yang bisa saja jadi sukses hanya karena strategi pemasaran perusahaan yang cukup handal, sebaliknya sebuah perusahaan dengan produk yang cukup berkualitas pun tak akan mengalami penjualan yang maksimal jika tidak dilakukan upaya pemasaran yang baik terhadap konsumen/ target pasar.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan Harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. (William J. Stanton, 2007 dalam buku Danang Sunyoto, 2019:18)

Salah satu kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. menurut Kotler dan Keller (2018:166), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen sangat penting dalam pemasaran dalam suatu produk sehingga dapat terjadi pertukaran, keinginan konsumen dapat diketahui melalui perilaku konsumen. Sehingga apabila produsen telah mengetahui perilaku konsumen, maka produsen dapat memproduksi barang atau jasa yang sesuai permintaan konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (kotler, 2014: 184) terdapat faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan psikologi. Keputusan pembelian juga dapat di pengaruhi oleh stimulus pemasaran berupa bauran pemasaran (*marketing mix*)

Menurut Kotler & Armstrong (2016:177), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, Kotler dan Armstrong (2015:253). Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang di nyatakan maupun yang tersirat.

Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas produk atau jasa yang diberikan, semakin tinggi harga yang di patok oleh perusahaan semakin tinggi juga kualitas produk atau jasa yang akan didapatkan oleh para konsumen tersebut. Konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari nominal uang yang mereka keluarkan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk akan dijatuhkan pada produk tersebut. (Kotler, 2015:345).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira, Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013:35). Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut Philip Kotler (Sunyoto, 2013:35), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Shampo merupakan salah satu kebutuhan yang penting bagi pemeliharaan dan kesehatan rambut untuk mencegah ketombe dan kerontokan pada rambut. Kesehatan tidak begitu saja dimiliki seseorang, dibutuhkan upaya untuk mendapatkan dan menjaganya. Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan rambut yang mendorong persaingan antar produsen untuk berlomba-lomba menciptakan produk

shampo berkualitas. Salah satu shampo yang telah lama di kenal oleh masyarakat di Indonesia adalah shampo Sunsilk yang merupakan salah satu produk shampo yang diproduksi oleh PT Unilever Indonesia TBK dan mulai dipasarkan di Indonesia sejak tahun 1952. Dan merupakan shampo yang mengandung bahan-bahan natural untuk menjaga keindahan rambut. Berbagai macam merek shampo yang ada di indonesia tidak membuat sunsilk kalah bersaing, sampo sunsilk tetap diminati oleh konsumen dengan persaingan yang ketat dengan produk lainnya seperti Rejoice, Dove, Pantene, Clear dan lain sebagainya. Shampo Sunsilk merupakan salah satu merek yang telah bertahan selama puluhan tahun dan mendominasi pangsa pasar di Indonesia.

Semakin banyak pesaing di era globalisasi ini shampo Sunsilk mulai terdesak dengan persaingan yang ada seperti Rejoice, Dove, Pantene, clear dan lainnya. Menurut survei yang dilihat pada Top Brand Shampo pada tahun 2020 seperti pada tabel berikut :

Tabel 1.1

Survei Top Brand Award Shampo

| No | Brand | TBI 2020 |
|-----------|--------------|-----------------|
| 1 | Pantene | 28.1 % |
| 2 | Clear | 18.7% |
| 3 | Sunsilk | 13.3 % |
| 4 | Lifebouy | 11.9% |
| 5 | Dove | 7.6% |

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Menurut *top brand index* (TBI) adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Predikat ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil *survey* berskala nasional. Tabel diatas menyajikan *brand value* (nilai merek) dari beberapa merek shampo yang telah dikenal di Indonesia. Berdasarkan tabel di atas, *brand value* shampo Sunsilk berada pada urutan ke tiga dengan angka top brand index sebesar 13.3%. Dari data tersebut shampo Sunsilk pada *survey top brand award* memiliki nilai merek (*brand value*) yang rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa shampo Sunsilk bukan termasuk shampo yang kedalam kategori TOP.

Top Brand dapat dijadikan parameter keberhasilan merek dalam kinerja produk. Menurunnya kinerja shampo Sunsilk didasarkan pada pendapat konsumen. Maka untuk mengetahui penyebab lebih lanjut dilakukan pra riset tentang pendapat responden terhadap shampo Sunsilk. Jawaban responden ditampilkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.2
Hasil pra riset mengenai keputusan pembelian Shampo Sunsilk di Desa
Manunggal Jaya Kabupaten Muara Enim

| No | Pernyataan | Setuju | Tidak setuju |
|----|--|--------|--------------|
| 1 | Shampo Sunsilk memilik beragam jenis produk | 7 | 23 |
| 2 | Shampo Sunsilk telah dikenal oleh konsumen | 25 | 5 |
| 3 | Shampo Sunsilk membuat rambut wangi dan lembut | 12 | 18 |
| 4 | Desain kemasan produk Shampo Sunsilk beragam | 14 | 26 |
| 5 | Harga shampo sunsilk terjangkau | 20 | 10 |
| 6 | Harga shampo sunsilk bersaing dengan merek shampo lain | 13 | 17 |

| | | | |
|---|--|----|----|
| 7 | Saya akan terus membeli Shampo Sunsilk | 14 | 16 |
| 8 | Saya merasa puas dengan manfaat yang dihasilkan shampo Sunsilk | 11 | 19 |

Sumber : hasil Pra riset di desa manunggal Jaya, 2021

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen kurang minat untuk membeli shampo Sunsilk yaitu karena shampo Sunsilk masih kurang berinovasi dalam hal produk atau pilihan produk shampo Sunsilk masih kurang bagi konsumen, shampo Sunsilk baru menciptakan 5 (lima) jenis produk shampo. Kemudian indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap shampo Sunsilk karena masyarakat telah mengenal produk shampo Sunsilk. Beberapa responden setuju bahwa Kualitas produk, Harga dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan masih banyak responden yang tidak setuju bahwa kualitas produk, Harga dan kepuasan konsumen mempengaruhi dalam memutuskan pembelian Shampo Sunsilk. Dapat diartikan bahwa shampo Sunsilk belum sepenuhnya berhasil memuaskan konsumen di desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim. Maka dengan adanya permasalahan tersebut perlu dilakukan penelitian agar lebih bisa memahami keinginan konsumen agar pemasar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk sebuah produk.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap keputusan Pembelian di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo sunsilk di Desa Manunggal jaya Kab. Muara Enim
2. Adakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian shampo Sunsilk

di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim

3. Adakah Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim
4. Adakah Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Shampo sunsilk di Desa Manunggal jaya Kab. Muara Enim
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim
4. Untuk Mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Shampo Sunsilk di Desa Manunggal Jaya Kab. Muara Enim

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek terhadap teori yang diperoleh selama diperkuliahan, khususnya dikonsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan menjadi lebih baik.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberi sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pentingnya pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy,Tjiptono, (2008), *Definisi Kualitas Produk dan indikator manajemen pemasaran* (online);://articelmu.com/?tag=metodelogi penelitian.
- Gampo haryono (2018) *iklan di televisi dan kualitas produk terhadap motivasi pembelian shampo Sunsilk pada mahasiswa di STIE Sakti alam Kerinci* E-Journal Academy : Vol.3 Nomor 11Tahun 2018.
- Juriyah Tuzzahroh, Anwar, Yusron Rozzaid (2017) *menganalisis perbandingan efektivitas iklan televisi shampoo Pantene dan shampoo Sunsilk dengan menggunakan Costumer Response Index (CRI)*. E-Journal Academy : Vol.1 Nomor 9Tahun 2017.
- Kholijag siti (2018) *pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam membeli produk shampoo Sunsilk Hijab* E-Journal Academy : Vol.1 Nomor 4 Tahun 2018.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Definisi Kualitas Produk Manajemen Pemasaran* (online);://articelmu.com/?tag:Keputusan Pembelian
- Kotler dan Keller. 2009. *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran* (online);://articelmu.com/?tag:Keputusan Pembelian.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2008), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12,
- Ratlan pardede dan Tarcicius Yudi Haryadi (2018) *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian* E-Journal Academy : Vol.2 Nomor 16 Tahun 2018.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta, ANDI
- Muzzanmmil Ilmi Listighfaroh (2019) *Pengaruh Kualitas Produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian Produk Sabun Ci Feira White Shower Cream di Surabaya* E-journal Academic
- Andrea Ana Maria K (2017) *Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Produk Shampo Pantene terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswi Strata i fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Bandung: Alfabeta.

Dio Imansari (2020) *Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorse dan harga terhadap pembelian shampo Pantene Di Pasar Gubeg Surabaya*

salim Maghfur (2018) *Pengaruh Kualitas Produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian shampo pantene di kota wates. Journal Academy : Vol.3 Nomor 11 Tahun 2018.*