

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL DAN SEPATU MEREK FLADEO
DI KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Ridho Novri Yasnaldi

NIM : 212018368

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2022

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL DAN SEPATU MEREK FLADEO
DI KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Nama : Ridho Novri Yasnaldi

NIM : 212018368

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ridho Novri Yasnaldi
NIM : 212018368
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek
Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II 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.

Palembang, Februari 2022



Ridho Novri Yasnaldi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di
Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Nama : Ridho Novri Yasnaldi
NIM : 212018368
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Maret 2022

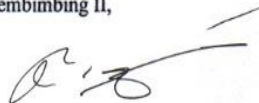
Pembimbing I,



Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN: 0216057001

Pembimbing II,



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si

NIDN: 0226107001

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak berjanji bahwa langit akan selalu biru, tetapi Allah berjanji bersama kesulitan ada kemudahan.” (Penulis)

“Percayalah Allah telah memberikan yang terbaik untuk kita” (Penulis)

Persembahan

Terimakasih kepada kedua orang tuaku, Bapak Arias Ibrahim dan Ibu Afrina yang tak henti – hentinya mendoakanku agar setiap urusanku dipermudah dan diperlancar serta selalu mendukungku disetiap keputusanku serta dalam lindungan Allah S.W.T.

Terimakasih untuk kakaku Yoga Pratama Okdiyasnando, kedua adiku Ririn Fitri Okdiyasnabila dan Rafly Ahmad Juliyasnaldi atas doa dan dukungannya agar setiap urusanku dipermudah dan dipelancar.

Dan juga terimakasih kepada keluarga, teman, sahabat. Yang selalu memberikan semangat, bantuan dan pengorbanan serta selalu menjadi pendengar terbaik, tetap menjadi yang terbaik meskipun nanti akan menjalani hidup masing-masing dan tetap jaga komunikasi kita. Ingat kita pernah berjuang sama-sama menjalani perkuliahan yang kata orang itu indah tapi nyatanya drama, mahasiswa akhir memang nyata adanya.



PRAKATA

Segala puji bagi Allah S.W.T, berkat rahmat-NYA penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Dapat diselesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan dapat penulis selesaikan pada waktu yang dijadwalkan. Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terimakasih terutama pada Ibundaku Afrina yang selalu berdo'a dan bantuannya memiliki makna yang besar bagi penulis. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku Dekan Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si. Dan Bapak Mister Candra, S.pd., M.M selaku ketua program studi dan sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si selaku pembimbing 1 (satu) dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku pembimbing 2 (dua) serta selaku Pembimbing Akademik.

5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan seluruh Staff/Pegawai akademik prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II (responden) yang bersedia mengisi kuesioner.
7. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis, akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah S.W.T. membalas budi baiknya dan memberikan berkah kepada kita semua, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Maret 2022



Ridho Novri Yasnaldi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	13
B. Penelitian Sebelumnya	24
C. Kerangka Pemikiran.....	28
D. Hipotesis.....	30
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Operasional Variabel.....	33
D. Populasi dan Sampel	34
E. Data yang Diperlukan	35

F. Metode Pengumpulan Data.....	36
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	37
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	46
B. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	77
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
JADWAL PENELITIAN.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Daftar Top Brand Index.....	4
Tabel I.2 Pra Riset.....	6
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	53
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Produk.....	54
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Harga.....	55
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Promosi	56
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel IV.9 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel IV.10 Variabel Produk (X1).....	62
Tabel IV.11 Variabel Harga (X2)	66
Tabel IV.12 Variabel Promosi (X3).....	70
Tabel IV.13 Regresi Linier Berganda	73
Tabel IV.14 Hasil Uji F.....	75
Tabel IV.15 Hasil Uji t.....	76
Tabel IV.16 Hasil Koefisien Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	29
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	89
Lampiran 2	98
Lampiran 3	106
Lampiran 4	109
Lampiran 5	112
Lampiran 6	115
Lampiran 7	117
Lampiran 8	118
Lampiran 9	119
Lampiran 10	120
Lampiran 11.....	122
Lampiran 12.....	123
Lampiran 13.....	124
Lampiran 14.....	125
Lampiran 15.....	126
Lampiran 16.....	128
Lampiran 17.....	129
Lampiran 18.....	130
Lampiran 19.....	131
Lampiran 20.....	132
Lampiran 21.....	133

ABSTRAK

Ridho Novri Yasnaldi /212018368/2022/ Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). Adakah pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, 2) Adakah pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, 3) Adakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, 4) Adakah pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif untuk melihat keterkaitan (hubungan atau pengaruh) antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Kemudian teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (uji F) ada pengaruh signifikan antara Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Sedangkan secara parsial/individu (uji T) ada pengaruh signifikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, ada pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, dan ada pengaruh signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa besarnya sumbangan terhadap perubahan Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang sebesar 61%, sedangkan sisanya 39% disumbang oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ridho Novri Yasnaldi /212018368/2022/ The Influence of Products, Prices, and Promotions on Purchase Decisions for Sandals and Fladeo Brand Shoes in Seberang Ulu II District, Palembang City

This study aims to determine 1). Is there any influence of product, price, and promotion on the decision to buy sandals and shoes with the Fladeo brand in Seberang Ulu II Subdistrict, Palembang City, 2) Is there an effect of the product on the decision to buy sandals and shoes with the Fladeo brand in Seberang Ulu II Subdistrict, Palembang City, 3) Is there an influence on price? on the Decision to Purchase Sandals and Shoes with the Fladeo Brand in Seberang Ulu II Subdistrict, Palembang City, 4) Is there any effect of promotion on the Purchase Decision for Sandals and Fladeo Brand Shoes in Seberang Ulu II Subdistrict, Palembang City. The type of research used is associative research to see the relationship between one variable and another. The sample in this study were 68 respondents. The data used in this study is primary data with data collection through questionnaires. Then the data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study indicate that together (F test) there is a significant effect between Product, Price, and Promotion on the Purchase Decision of Sandals and Shoes of the Fladeo Brand in Seberang Ulu II District, Palembang City. While partially/individually (T test) there is a significant influence on the decision to purchase sandals and shoes with the brand of Fladeo in Seberang Ulu II District, Palembang City, there is a significant effect on the Decision to Purchase Sandals and Shoes with the Fladeo Brand in Seberang Ulu II District, Palembang City, and there is an influence Significant Promotion of the Decision to Purchase Sandals and Shoes of the Fladeo Brand in Seberang Ulu II District, Palembang City. The results of the coefficient of determination indicate that the contribution to changes in Product, Price and Promotion on the Decision to Purchase Sandals and Shoes of the Fladeo Brand in Seberang Ulu II District, Palembang City is 61%, while the remaining 39% is contributed by other variables not included in this study.

Keywords: Product, Price, Promotion, and Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah kegiatan memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih dari itu. Yang dimana terdapat kegiatan membeli, menjual dengan segala macam cara yang menyangkut barang, menyimpan dan mensortir.

Keputusan Pembelian menurut Buchari Alma (2013:96) adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi physical evidence, people, dan procces. 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 kebutuhan. 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. Sebaliknya 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.

Saat ini, perubahan gaya hidup masyarakat telah dipengaruhi oleh fashion dan hal ini yang membuat pergerakan industri dalam bidang fashion menjadi lebih konsumtif. Fashion merupakan salah satu hal yang tidak boleh dilupakan dalam menunjang penampilan konsumen menyadari bahwa fashion sangat penting karena mereka memiliki keinginan untuk selalu tampil menarik ditengah-tengah kelompok sosialnya. Salah satu bentuk perilaku konsumen dalam menambah penampilan dirinya dimata kelompoknya adalah dengan mengikuti mode yang diminati oleh kelompok sebayanya.

Penampilan fisik merupakan salah satu yang menjadi prioritas pertama bagi konsumen yang membeli Produk fashion seperti Produk Sandal dan Sepatu, mereka membeli Produk tersebut bukan hanya sekedar memenuhi

kebutuhan yang dilengkapinya saja. Tetapi, menjadikannya sebagai koleksi dari gaya hidup mereka untuk memuaskan keinginan mereka ketika berbelanja. Sandal dan Sepatu, merupakan barang konsumsi yang tergolong tahan lama dan karakteristiknya selalu dibandingkan berdasarkan Produk, Harga, dan Promosi ketika melakukan proses pemilihan dalam melakukan Keputusan Pembelian.

Perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktifitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktifitas tersebut harus dilakukan dengan menggunakan alas kaki. Agar orang dapat melakukan pekerjaan dengan nyaman sangat dibutuhkan alas kaki untuk melindungi kaki dan menjaga kaki supaya tetap bersih agar dapat melakukan aktifitas dengan baik. Dari berbagai Merek Sandal dan Sepatu yang diminati konsumen diantaranya Bata, Carvil, Ardiles, Fladeo, Nike, dan lain sebagainya. Brand/merek yang sudah cukup terkenal dan merek yang bersaing di urutan Top Brand Award.

Semakin banyak pesaing di era globalisasi ini Sandal dan Sepatu Fladeo mulai terdesak dengan persaingan yang ada seperti Produk Sandal dan Sepatu dari Bata, Carvil, Ardiles, Nike, dan lain sebagainya. Menurut survei yang dilihat pada Top Brand Index pada tahun 2021 seperti pada tabel I.1 berikut :

Tabel I.1
Daftar Top Brand Index pada tahun 2021

No.	Merek	2021
1.	Bata	13.7%
2.	Carvil	11.0%
3.	Ardiles	7.4%
4.	Fladeo	5.7%
5.	Nike	5.4%

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

Tabel diatas menyajikan Brand Value (Nilai Merek) dari beberapa Merek Sandal dan Sepatu yang telah di kenal di Indonesia. Berdasarkan tabel diatas, Brand Value Sandal dan Sepatu Fladeo berada pada urutan ke empat dengan angka Top Brand Index sebesar 5.7%. Dari data tersebut Sandal dan Sepatu Fladeo pada survey Top Brand Award memiliki Nilai Merek (Brand Value) yang rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Sandal dan Sepatu Fladeo bukan termasuk Merek Sandal dan Sepatu yang masuk kedalam kategori TOP.

Top Brand dapat dijadikan parameter keberhasilan Merek dalam kinerja Produk. Menurunnya kinerja Sandal dan Sepatu Fladeo didasarkan pada pendapat konsumen. Maka untuk mengetahui penyebab lebih lanjut dilakukan Pra Riset tentang pendapat responden terhadap Sandal dan Sepatu Fladeo.

Penulis mencoba melakukan survey awal kepada konsumen di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang untuk mengetahui variabel

Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang dan berikut adalah hasil wawancara yang dilakukan kepada 30 responden di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang yang pernah melakukan pembelian Sandal dan Sepatu Fladeo.

Hasil wawancara dapat dilihat dari tabel I.2 berikut ini :

Tabel I.2

**Hasil Pra Riset mengenai Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Fladeo di Kecamatan
Seberang Ulu II Kota Palembang**

No.	Indikator	Setuju	Tidak
Keputusan Pembelian			
1.	Mempertimbangkan Kualitas	18	12
2.	Membeli Sandal dan Sepatu Fladeo karena Mereknya terkenal	12	18
3.	Membeli Sandal dan Sepatu Fladeo karena mudah ditemukan	18	12
Produk			
1.	Model	12	18
2.	Kualitas	12	18
3.	Merek	12	18
Harga			
1.	Keterjangkauan Harga	17	13
2.	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	17	13
3.	Daya Saing Harga	13	17
Promosi			
1.	Melakukan Pembelian karena pengaruh iklan	13	17
2.	Promosi Penjualan	13	17

Sumber : Hasil Wawancara Pra Riset, 2021

Survey indikator Keputusan Pembelian berikut penjelasannya sebagai berikut :

Keputusan Pembelian

Mempertimbangkan Kualitas. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator Mempertimbangkan Kualitas terdapat 60% yang menyatakan setuju dan 40% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan bahwa konsumen memilih Sandal dan Sepatu Fladeo dengan mempertimbangkan kualitas Sandal dan Sepatu Fladeo.

Membeli Sandal dan Sepatu Fladeo karena Mereknya terkenal. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator membeli Produk Sandal dan Sepatu Fladeo karena Mereknya terkenal terdapat 40% yang menyatakan setuju dan 60% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan lebih banyak beranggapan Produk Sandal dan Sepatu lain yang lebih terkenal dari Produk Sandal dan Sepatu Fladeo.

Membeli Sandal dan Sepatu Fladeo karena mudah ditemukan. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator membeli Produk Sandal dan Sepatu Fladeo karena mudah ditemukan terdapat 60% yang menyatakan setuju dan 40% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan bahwa konsumen Produk Sandal dan Sepatu Fladeo mudah ditemukan.

Produk

Model. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator Model terdapat 40% yang menyatakan setuju dan 60% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan Model Produk Sandal dan Sepatu Fladeo bagus/menarik.

Kualitas. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator Kualitas terdapat 40% yang menyatakan setuju dan 60% yang menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan Kualitas yang diproduksi untuk membuat Sandal dan Sepatu Fladeo tidak bagus.

Merek. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator Merek terdapat 40% yang menyatakan setuju dan 60% yang menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan terdapat Merek Sandal dan Sepatu lain lebih terkenal dari Sandal dan Sepatu Fladeo.

Harga

Keterjangkauan Harga. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator Keterjangkauan Harga terdapat 57% yang menyatakan setuju dan 43% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan Harga Sandal dan Sepatu terjangkau.

Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas terdapat 57% yang menyatakan setuju dan 43% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan Kualitas Produk yang dijual oleh perusahaan Sandal dan Sepatu Fladeo sesuai dengan Harga yang telah ditetapkan.

Daya Saing Harga. Hasil Pra Riset responden pada indikator Daya Saing Harga terdapat 47% yang menyatakan setuju dan 53% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan perusahaan Sandal dan Sepatu Fladeo belum bisa bersaing Harga terhadap para kompetitornya.

Promosi

Melakukan Pembelian Sandal dan Sepatu Fladeo karena pengaruh iklan di Media Massa. Hasil Pra Riset terhadap responden pada indikator melakukan Pembelian Sandal dan Sepatu Fladeo karena pengaruh iklan di Media Massa terdapat 47% yang menyatakan setuju dan 53% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan iklan yang ditayangkan di Media Massa mempengaruhi Keputusan Pembelian karena iklan yang ditayangkan tidak menarik.

Melakukan Pembelian karena pengaruh Promosi Penjualan. Hasil Prariset responden pada indikator melakukan pembelian karena pengaruh Promosi Penjualan terdapat 47% yang menyatakan setuju dan 53% menyatakan tidak setuju, ini menunjukkan bahwa Promosi Penjualan mempengaruhi Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Fladeo.

Berdasarkan tabel I.2 di atas menunjukkan bahwa jawaban dari 30 responden di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang atas survey tersebut dapat di ketahui bahwa beberapa responden dari konsumen Sandal dan Sepatu Fladeo setuju dan terdapat tidak setuju dengan Produk, Harga, dan Promosi dalam melakukan Keputusan Pembelian pada Sandal dan Sepatu Fladeo. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden cenderung tidak setuju atau tidak puas terhadap Sandal dan Sepatu Fladeo, artinya Sandal dan Sepatu Fladeo belum sepenuhnya diterima dan diminati oleh konsumen di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Oleh karena itu perusahaan

Sandal dan Sepatu perlu meningkatkan strategi pemasaran untuk dapat bersaing dengan perusahaan Sandal dan Sepatu lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan sebelumnya, maka penulis merumuskan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Suatu kegiatan tentunya mempunyai tujuan yang akan dicapai, begitu pula dengan penelitian ini. Tujuan penelitian merupakan pernyataan mengenai ruang lingkup kegiatan yang akan dilaksanakan berdasarkan pada masalah yang telah dirumuskan. Apa yang hendak dicapai dalam penelitian hendaknya dikemukakan dengan jelas dan tegas. Oleh karena itu tujuan penelitian harus sejalan dan konsisten dengan rumusan masalah penelitian.

Melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui jawaban dari pertanyaan yang tersebut di atas. Dalam penelitian ini, penulis mempunyai beberapa tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sandal dan Sepatu Merek Fladeo di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperluas wawasan penulis tentang praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak terkait untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadikan acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Setiawan (2019). *Peran Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Buchari Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, cetakan kesembilan, Alfabet. Bandung
- Boby Anggri (2017). *Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang*. Universitas Muhammadiyah Palembang
- Dessy Kartika F Koto (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan*. Universitas Sumatera Utara Medan
- Denok Wahyudi Setyo Rahayu (2018) Analisis Faktor Pendorong Perilaku Pembelian Yang Mempengaruhi Konsmen Dalam Keputusan pembelian (Studi pada Swalayan di kota Blitar). *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu ekonomi*
- Kotler & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi kedua belas. Jakarta. Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2011. “Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi Keduabelas, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Muhammad Azmi (2020). *Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Kecamatan Jakabaring Kota Palembang*. Universitas Muhammadiyah Palembang
- Muhammad Muhtar (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan Sandal Merek Eiger di Seberang Ulu II Kota Palembang*. Universitas Muhammadiyah Palembang

- Nurul Atikah (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara Medan
- Rimayang A. L. P. Ramli (2018). *Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fladeo*. Universitas Riau Kepulauan
- Sriwindarti (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Transportasi Online GrabBike di Ponorogo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Edisi kedua. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tri Reski Ervina (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fladeo pada toko Fladeo Shoes Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru