

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN YOU C1000 PADA KONSUMEN DI
KECAMATAN ILIR TIMUR II PALEMBANG PADA MASA PANDEMI
COVID-19**



SKRIPSI

Nama : Muhammad Habibullah

Nim : 212018159

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN YOU C1000 PADA KONSUMEN DI
KECAMATAN ILIR TIMUR II PALEMBANG PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

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



SKRIPSI

Nama : Muhammad Habibullah

Nim : 212018159

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Habibullah
NIM : 212018159
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Metodologi Penelitian : Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman You C1000 Pada Konsumen Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19

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 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, Februari 2022



Muhammad Habibullah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman
You C1000 Pada Konsumen Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang Pada
Masa Pandemi Covid-19

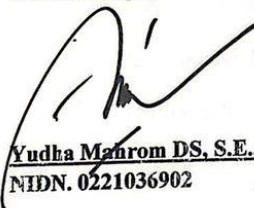
Nama : Muhammad Habibullah
NIM : 212018159
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal

Pembimbing I,

Pembimbing II


Yudha Manrom DS, S.E., M.Si
NIDN. 0221036902


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

Mengetahui,

Dekan

u.b.Ketua Program Studi Manajemen


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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Penakut tak pernah memulai, Pecundang tak pernah menyelesaikan,
Pemenang tak pernah berhenti”

(Jack Ma)

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan
mereka yang senantiasa berusaha”

(B.J Habibie)

PERSEMBAHAN:

Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayah Muhamad Kamil dan Ibu Diana Widianti
yang selalu mendukung dan mendo'akan saya dari awal hingga akhir
2. Adik saya Muhammad Rayhan
3. Pembimbing Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si dan Ibu Nadia
Afrilliana, S.E.,M.Si
4. Keluarga dan kerabat terdekat saya



PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat, hidayat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman You C1000 Pada Konsumen di Kecamatan Ilir Timur II Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Muhamad Kamil dan Ibu Diana Widianti yang telah merawat, medidik, mendo'akan dan memberikan motivasi serta semangat kepadaku dengan penuh cinta dan kasih sayang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis baik dari segi ilmu maupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dorongan, dan 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 Muhammdiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang serta Bapak Mister Candra, S.Pd.,M.Si selaku sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan kepada saya dalam penyusunan skripsi dengan penuh kebaikan dan kesabaran. Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan kepada saya dalam penyusunan skripsi dengan penuh kebaikan dan kesabaran.
5. Masyarakat kecamatan Ilir Timur II dan seluruh responden dalam penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
7. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat serta do'a untuk kelancaran skripsi saya. Terima kasih juga untuk Retno Marselia Wahyuni yang telah menemani perjalanan saya, mendukung dan mendoakan saya selama hampir 3 tahun ini. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan Angkatan 2018 yang telah saling memberikan do'a serta dukungan. Kepada sahabat seperjuangan Emi, Neo, Ervan, Agang, Medy yang telah banyak membantu

dan saling memberikan dukungan. Kepada teman-teman dan orang berkesan dari grup INSOMIA, Grup Oom Abe/Kantin Ibuk yang banyak memberikan do'a dan dukungan kepadaku yang banyak melalui hari bersamaku dan selalu memberikan semangat kepadaku. Semua pihak yang telah ikut membantu skripsi ini yang tentunya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari terdapat banyak sekali kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, anak tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, 19 Februari 2022

Muhammad Habibullah

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Plagiat	iii
Halaman Pengesahan	iv
Motto dan Persembahan	v
Prakarta	vi
Daftar Isi.....	ix
Abstrak	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C.Tujuan Penelitian.....	10
D.Manfaat Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	12
B. Penelitian Sebelumnya	22
C. Kerangka Pemikiran	28
D. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Populasi dan Sampling.....	34
E. Data Yang Diperlukan	36
F. Metode Pengumpulan Data.....	36

G. Analisis Data Dan Teknis Analisis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 <i>Survey Top Brand Index</i> 2021	7
Table I.2 Hasil Jawaban Survey oleh 30 Koresponden	8
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya	27
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Produk (X1)	47
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	48
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel IV.5 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	50
Tabel IV.6 Karakteristik responden berdasarkan usia	50
Tabel IV.7 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	51
Tabel IV.8 Karakteristik responden berdasarkan jumlah penghasilan.....	51
Tabel IV.9 Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel IV.10 Distribusi Jawaban Responden Produk (X1).....	54
Tabel IV.11 Distribusi Jawaban Responden Harga (X2).....	57
Tabel IV.12 Regresi Linier Berganda	61
Tabel IV.13 Hasil Uji F (Simultan).....	62
Tabel IV.14 Hasil Uji t (Parsial)	63
Tabel IV.15 Hasil Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	28
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Kegiatan Penelitian Mahasiswa	72
Lampiran 2 : Kuesioner.....	73
Lampiran 3 : Tabulasi Data Kuesioner	76
Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data dari SPSS	82
Lampiran 5 : Tabel F dan Tabel t.....	86
Lampiran 6 : Biodata Penulis.....	88

ABSTRAK

Muhammad Habibullah /212018159/ Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman You C1000 Pada Konsumen Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19 .

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 pada konsumen di kecamatan Ilir Timur II Palembang pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Penelitian ini berlokasi di kecamatan Ilir Timur II Palembang, Sumatera Selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Dengan teknik analisis *sampling insidental*. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda, uji F dan uji t.

Hasil pengujian yang telah dilakukan dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan yang didapatkan uji f bahwa ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 di kecamatan Ilir Timur II Palembang, untuk uji t variabel produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 di kecamatan Ilir Timur II Palembang. Uji t variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 di kecamatan Ilir Timur II Palembang.

Kata Kunci : Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Habibullah / 212018159 / Influence of Products and Prices on The Decision to Buy You C1000 Beverages on Consumers in East Ilir II District Palembang during the Covid-19 Pandemic.

The formula of the problem in this study is whether there is an effect of products and prices on the decision to buy You C1000 beverages on consumers in Ilir Timur II Palembang sub-district during the Covid-19 pandemic. This research is included in associative research. This research is located in Ilir Timur II District Palembang, South Sumatra. The number of samples in this study was 100 respondents. With incidental sampling analysis techniques. The data used is primary data. Method of collecting data through questionnaires. The data analysis used is quantitative data analysis. Analytical techniques use multiple linear regression, F test and t test.

The results of tests that have been done from this study show that the results of multiple linear regression calculations that can be for f test there is an effect of the product and price on the decision to buy You C1000 drinks in Ilir Timur II Palembang sub-district, for the test of t variabel product, the product partially affects the decision to purchase You C1000 drinks in Ilir subdistrict East II Palembang. The variable t test price that the price affects the decision to buy you C1000 drinks in Ilir Timur II Palembang district.

Keywords: Product, Price and Purchase Decision

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kasus pandemi *covid-19* yang di mulai pada bulan Maret 2020 sampai saat ini masih menjadi perhatian oleh masyarakat. Dampak yang banyak dialami oleh berbagai masyarakat yaitu berubahnya kebiasaan baru atau yang sering di sebut dengan *New Normal*. Dalam era *new normal* ini, masyarakat sangat memperhatikan pola hidup yang sehat. Untuk terhindar dari penularan virus *covid-19* maka harus memiliki imun atau daya tahan yang baik dan sehat.

Pandemi *covid-19* juga menyebabkan banyak sektor sektor perekonomian di Indonesia sempat menurun di awal tahun masuknya penyebaran *covid-19* . Hal tersebut di sebabkan oleh program pemerintah untuk mempersempit penyebaran virus *covid-19* dengan di terapkannya PSBB atau pembatasan sosial berskala besar. Seiring berjalannya waktu para peneliti berhasil menemukan vaksin dimana vaksin ini dapat memperkuat daya tahan atau imun lebih kuat terhadap virus *covid-19*. Pola hidup yang sehat menjadi sebuah *habit* atau kebiasaan baru masyarakat Indonesia saat adanya pandemi. Pemilihan makanan yang sehat, minuman yang bervitamin, dan kebersihan makanan yang akan dikonsumsi sangat di perhatikan.

Perilaku Konsumen adalah dua perspektif utama, yaitu pikiran dan tindakan manusia dalam rangka mencari solusi atas kebutuhan dan keinginannya, serta bidang studi atau disiplin ilmu yang berfokus pada

proses konsumsi yang dialami konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Fandy Tjiptono, 2016:56).

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku (Nugroho, 2019:323). Keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda. Pada intinya, walaupun pemasar sering mengacu pada pilihan antara objek (produk, merek, atau toko), walaupun sebenarnya memilih di antara perilaku alternatif yang berkaitan dengan objek tersebut.

Tindakan pembelian suatu produk/jasa selalu melibatkan apa yang sedang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen. Dalam seleksi pemilihan produk/jasa konsumen juga memperhatikan *marketing mix* atau yang sering disebut sebagai bauran pemasaran. Dalam buku Rusydi Abubakar yang kemukakan oleh Basu Swastha (2018:11) bahwa *marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang dipakai oleh perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan atau melayani kebutuhan atau keinginan konsumen. Maka bauran pemasaran menjadi pacuan perusahaan dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen. Didalam bauran pemasaran tersebut terdapat istilah 4P diantaranya *product, price, place and promotion*.

Dalam Kotler and Keller (2016:48) *Product* adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu

keinginan atau kebutuhan konsumen, elemen yang kedua yaitu *Price* adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Elemen yang ketiga yaitu *Place* adalah tempat meliputi segala aktivitas perusahaan dalam membuat produk yang akan tersedia untuk konsumen sasaran dan elemen terakhir pada bauran pemasaran adalah *Promotion*, adalah aktivitas yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk yang akan dijual kepada konsumen potensial. Selain untuk mengkomunikasikan informasi mengenai suatu produk, promosi juga digunakan sebagai sarana untuk membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk mengonsumsi produk. Oleh sebab itu perusahaan selalu memperhatikan elemen-elemen dari bauran pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen juga sebagai pacuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan yang lain.

Di zaman modern saat ini dimana perekonomian mengalami perkembangan semakin pesat yang menyebabkan banyaknya persaingan di berbagai bidang perekonomian terutama pada aspek makanan dan minuman bisa dilihat dari meningkatnya tingkat persaingan antar perusahaan domestik dan juga perusahaan internasional. Apalagi pada masa Pandemi yang mengharuskan semua perusahaan berlomba untuk melakukan inovasi dan mengikuti arus perkembangan saat ini.

Pola hidup yang sehat membuat konsumen atau masyarakat semakin konsumtif dalam pemilihan produk produk yang mereka konsumsi. Seperti makanan yang mengandung vitamin, minuman yang kaya vitamin dan berbagai macam jenis makanan atau minuman sehat yang lainnya. Salah satu produk minuman yang digemari pada masa pandemi saat ini adalah produk minuman vitamin c.

Produk vitamin c merupakan produk vitamin yang sebagaimana diketahui hari demi hari banyak diminati karena praktis untuk di konsumsi, didukung dari perkembangan perekonomian yang semakin pesat dimana banyak orang lebih memilih minuman yang sehat untuk menunjang daya tahan tubuh. Beberapa perusahaan memiliki produk unggulan masing-masing diantaranya Vitacimin, Enervon-C, You C1000, Vicee, dan Redoxon. Dengan banyaknya perusahaan pesaing dan juga banyaknya kuantitas produksi vitamin c yang tersebar di pasar bisa membuat konsumen bingung untuk memilih mana produk yang tepat untuk dikonsumsi

Salah satu dari beberapa perusahaan vitamin c yang bertahan dan bahkan menguat sampai saat ini adalah minuman vitamin c merek You C1000 yang di produksi oleh PT Djojonegoro C-1000 didirikan pada tahun 2004 oleh Bapak Husain dan Pudjiono Djojonegoro. Pabrik minuman yang dibangun di atas tanah seluas 90.000 meter persegi dan telah memperoleh sertifikat ISO 9001 dan 14001. Perusahaan ini memproduksi minuman YOU•C1000 Vitamin C, minuman kesehatan dan isotonic di bawah lisensi

dari *House Wellness Foods*, salah satu perusahaan makanan terbesar di Jepang.

You C1000 merupakan salah satu produk minuman bervitamin yang Icon dari produk You C1000 adalah Miss Universe. Miss Universe telah menjadi icon produk You C1000 sejak awal produk muncul di pasar yaitu sejak tahun 2005 hingga sekarang. Yang pertama biasanya mencari polos dengan warna putih mendominasi latar belakang sedangkan yang kedua menunjukkan kehidupan warna-warni Indonesia. Kegunaan You C1000 yaitu untuk memelihara daya tahan tubuh. Tubuh memerlukan Vitamin C yang cukup setiap hari. You C1000 digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan vitamin C, misalnya pada masa penyembuhan saat sariawan, gusi berdarah, perawatan setelah operasi, flu dan demam, serta memelihara kesehatan kulit.

YOU•C1000 Vitamin Lemon adalah minuman kesehatan dengan 1000mg Vitamin C yang membantu penerapan gaya hidup sehat dan membuat anda merasa segar setiap harinya. Keunggulannya, Mengandung 1000 mg Vitamin C untuk meningkatkan sistem daya tahan tubuh dan menjaga agar tetap sehat. Manfaat You C1000 bagi tubuh manusia bisa dirasakan untuk beragam hal. Selama pandemi Covid-19, minuman seperti You C1000 banyak dicari karena manfaatnya bagi tubuh. Saat ini minuman isotonik seperti You C1000 dapat dijadikan rekomendasi untuk menambah asupan gizi.

Dalam mengutamakan kesehatan konsumen, You C1000 vitamin lemon dan vitamin orange dibuat dengan menggunakan teknologi dan sistem modern dari Jepang serta tidak menggunakan bahan pengawet maupun pewarna buatan. Hanya buah – buahan alami pilihan yang digunakan untuk mendapatkan rasa yang paling menyegarkan.

Produk vitamin c You C1000 langka di gerai minimarket, supermarket hingga agen bahan pokok. Hal ini terjadi setelah lonjakan kasus pandemi Covid-19 meningkat sehingga masyarakat meningkatkan konsumsi minuman vitamin c You C1000 ini. Belakangan waktu terakhir ini, publik dihebohkan dengan tingkah beberapa masyarakat yang panic buying memborong minuman merk tertentu. Sebelumnya, merk minuman bersoda yang mengandung vitamin C, You C1000 ludes diburu banyak orang.

Kelangkaan produk You C1000 karena demand yang cukup tinggi. Orang-orang tersebut berebut untuk membeli produk vitamin c tersebut. Diduga warga melakukan panic buying saat pemerintah mulai menerapkan kebijakan PPKM Darurat. Pasalnya, masyarakat percaya dengan mengonsumsi minuman tersebut dapat menjaga daya tahan tubuh.

TABEL I.1
TOP BRAND INDEX 2016-2021

BRAND	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Vitacimin	50,1%	43,8%	41,96%	35,3%	35,5%	29,9%
Enervon-C	9,0%	13,9%	12,2%	25,3%	25,7%	22,8%
You C1000	9,8%	10,3%	12,16%	7,8%	8,1%	17,9%
Vicee	4,0%	5,4%	5,42%	6,7%	7,2%	4,3%
Redoxon	4,4%	3,6%	4,80%	6,2%	6,4%	5,2%

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

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa You C1000 berada pada urutan ketiga indeks tahun 2021 dengan persentase 17,9% disusul dengan merek

lainnya. Namun jika dilihat dari tahun-tahun sebelumnya You C1000 memperoleh rating yang naik turun. Tetapi pada tahun 2021 You C1000 mendapat kepercayaan dalam benak konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada masa pandemi. *Top Brand* dapat dijadikan parameter keberhasilan merek dalam kinerja produk. You C1000 yang merupakan salah satu produk vitamin c tetap optimis untuk menghasilkan produk yang berkualitas, hal ini tidak mudah untuk menjadikan konsumen melakukan keputusan hanya pada satu merek tertentu. Oleh karena itu, untuk mengetahui tanggapan konsumen dilakukan pra riset mengenai produk You C1000. Pra riset ini dilakukan pada 4 hari yaitu pada tanggal 27-30 November 2021 dengan jumlah koresponden 30 konsumen. Dari pra survey itu didapati hasil sebagai berikut :

Tabel I.2
Hasil jawaban pra survei oleh 30 koresponden

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
Keputusan Pembelian			
1	Produk minuman You C1000 sudah menjadi pilihan utama pada masa pandemi	14	16
2	You C1000 telah menjadi produk yang sering dibeli pada saat masa pandemi	17	13
3	Merekomendasikan produk You C1000 untuk orang lain	14	16
4	Melakukan pembelian ulang ketika habis	13	17
Produk			
1	You C1000 menjadi salah satu top brand di kategori vitamin C	13	17
2	Produk minuman You C1000 mempunyai banyak manfaat salah satunya memperkuat daya tahan tubuh yang berguna pada masa pandemi	15	15
3	Kemasan produk minuman You C1000 praktis sehingga mudah di bawa kemana saja	12	18
4	Mempunyai beraneka macam rasa	17	13
Harga			
1	Produk You C1000 memiliki harga yang terjangkau	14	16
2	Harga produk You C1000 sesuai dengan manfaat yang didapatkan khususnya pada masa pandemi	16	14
3	Harga yang ditawarkan produk You C1000 sesuai dengan kualitas yang didapatkan	16	14
4	Mempunyai harga yang lebih murah dari produk yang lain	13	17

Sumber Kuisisioner pra survei 2021

Dari hasil pra survey diatas maka dapat ditentukan permasalahan yang mengarah pada penelitian yang akan dilakukan selanjutnya yaitu :

Produk You C1000 sebelumnya mendapatkan rating yang naik turun dari tahun-tahun sebelumnya, tetapi pada tahun 2019-2021 mengalami peningkatan rating dikarenakan adanya pandemi covid-19 dan You C1000 dipercaya sebagai minuman yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh sehingga terjadi lonjakan pembelian besar pada tahun tersebut yang menyebabkan terjadinya kelangkaan produk tersebut di berbagai toko baik

warung kecil, minimarket, ataupun supermarket dikarenakan *panic buying* menjelang PPKM.

Harga, dibalik manfaat dan kualitas yang didapatkan tentunya ada harga yang sesuai dengan apa yang didapatkan konsumen, namun masih banyak konsumen yang seringkali menggunakan produk lain yang harganya lebih terjangkau.

Keputusan Pembelian : masyarakat kurang berminat untuk membeli minuman You C1000 dikarenakan masih kurang berinovasi dalam hal pemilihan produk sehingga konsumen cenderung memilih produk yang lain.

Berkaitan dengan uraian latar belakang dan fenomena yang dibahas, penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman You C1000 Pada Konsumen Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19”.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 pada konsumen di kecamatan Ilir Timur II Palembang pada masa pandemi Covid-19?
2. Adakah Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 pada konsumen di kecamatan Ilir Timur II Palembang pada masa pandemi Covid-19?

3. Adakah Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 pada konsumen di kecamatan Ilir Timur II Palembang pada masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 pada konsumen di kecamatan Ilir Timur II Palembang pada masa pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 pada konsumen di kecamatan Ilir Timur II Palembang pada masa pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman You C1000 pada konsumen di kecamatan Ilir Timur II Palembang pada masa pandemi Covid-19

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan teori – teori yang didapatkan selama waktu perkuliahan dan menambah wawasan penulis mengenai Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

2. Manfaat bagi Perusahaan

Membantu perusahaan dalam mencari solusi permasalahan yang dihadapi terutama dalam meningkatkan kepuasan, dan pembelian konsumen

3. Manfaat bagi almamater

Hasil penelitian dapat dijadikan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya pada penelitian yang memiliki topik dan pembahasan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, D. I., & Dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri.
- Habibullah Ardian dan Sugiyono. (2021). *Analisa Pengaruh Kualias Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat Di Kota Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 10 No 3 Hal 1-18
- Iqbal Hasan (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (edisi 1)*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler & Amstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Jakarta
- Miharjo Kasmanto. (2021). *Pengaruh Harga, Produk, Tempat dan Prmosi Terhadap Keputusan Pembelian inuman Bubble Di Culodong*. Jurnal Akrab Juara. Vol 6 no 1 hal 233-244
- Nurahmi. Maftuhah., & Dkk. (2021). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Dan Skripsi*. Palembang. Universitas Muhammadiyah Palembang
- Prasetya S.I. (2016). *Pengaruh Produk dan Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 5 No 7 hal 1-15
- Sejati Bayu.S.A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembeian Pada Starbucks*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 5 no 3 hal 1-19
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Prenadamedia Grop.
- Setyaningrum Ari., & Dkk. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta. CV Andi Offset
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. CV
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Baru; Handoko, T Hadi ;(2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Sunyoto.Danang. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta, CAPS. Andi Offset

- Taringan Jenni, & dkk (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Pada PT. Cola Amatil Indonesia Cabang Medan*. Jurnal Global Manajemen. Vol 9 no.2 hal 12.
- Tjiptono.Fandi & Diana Anastasia. (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta. CV Andi Offset
- Winoto,Hery TJ (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba Yang Dimediasi Dengan Strategi Promosi*. Jurnal Ilmiah Indonesia. Vol 5 No 12:ISSN 2541-0849 hal1-10.