

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINYAK GORENG SUNCO DI KECAMATAN SIRAH
PULAU PADANG KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Nama : Shinta Bela Oktaviyani

Nim : 212018251

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

2022

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINYAK GORENG SANCO DI KECAMATAN SIRAH
PULAU PADANG KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Srata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



SKRIPSI

Nama : Shinta Bela Oktaviyani

Nim : 212018251

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shinta Bela Oktaviyani
Nim : 212018251
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulisan 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 kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2022

Shinta Bela Oktaviyani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

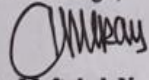
Judul : Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Minyak Goreng Sanco Di Kecamatan Sirah Pulau Padang
Kabupaten Ogan Komering Ilir

Nama : Shinta Bela Oktaviani
NIM : 212018251
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, 2022

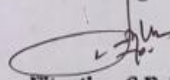
Pembimbing I,



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

NIDN: 0216057001

Pembimbing II,



Fitantina, S.E., M.Si

NIDN:0028026301

Mengetahui

Dekan

u.p. Ketua Program Studi Manajemen

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Dan barang siapa bertakwa kepada allah, niscaya dia menjadikan kemudahan baginya dalam urusannya ”.

(Qur'an Surah At-Thalaq : 4)

“ Dimanapun engkau berada selalulah menjadi yang terbaik dan berikan yang terbaik dari yang bisa kita berikan”

(BJ Habibie)

Skripsi ini saya persembahkan:

- ❖ Ayahanda tercinta (Endang) dan Ibunda tercinta (Suryatini)
- ❖ Saudara-Saudara serta Keluarga Besarku
- ❖ Diriku Sendiri
- ❖ Teman seperjuanganku yang serta turut mendukung dan membantu
- ❖ Almamater
- ❖ Orang yang tersayang yang selalu ada dan selalu membantu (Jeprio)

PRAKATA



Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarrakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt sebagai rasa syukur atas segala nikmat, rahmat serta hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Sunco Di Kecamatan Sirih Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir”. Dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis mohon maaf apabila dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan untuk menyelesaikannya. Serta penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Suratman dan Ibunda Surya yang telah mendidik, memberikan semangat dengan penuh kasih sayang, mendoakan agar diberikan kelancaran urusan dan memberikan motivasi untuk penulis serta banyak hal yang mereka perjuangan untuk saya. Penulis juga menghaturkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si selaku pembimbing 1 dan Ibu Fitantina, S.E.,M.Si selaku pembimbing II penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan, saran dan didikan yang tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih pula kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya 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 Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si selaku pembimbing 1 dan Ibu Fitantina, S.E.,M.Si selaku pembimbing 2 yang telah membimbing, mendidik dan memberikan arahan serta masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
5. Bapak Mister Candra S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membantu serta membimbing saya dari awal sampai dengan semester akhir.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya serta memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang, beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.

7. Kedua Orang tua ku tersayang Alm Endangi dan Suryatini yang tak berhenti mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakek dan Nenek ku tersayang Nangcik Togok dan Almh Siti Amron, yang tak berhenti mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Tante Fitri Yanti yang selalu memberi dukungan dan semangat
10. Terima kasih kepada sahabat-sahabatku terbaik untuk saling suportnya
11. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas budi baik seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, pada semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca skripsi ini, atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terimakasih

Palembang, Agustus 2022

Shinta Bela Oktaviyani

NIM 212018251

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Plagiat	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Halaman Prakata	vi
Halaman Daftar Isi	ix
Halaman Daftar Tabel	xi
Halaman Daftar Gambar	xii
Halaman Daftar Lampiran.....	xii
Halaman Abstrak.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN,

DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	11
B. Penelitian Sebelumnya	30
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	37

C. Operasionalisasi Variabel.....	38
D. Populasi dan Sample.....	38
E. Data Yang Diperlukan	40
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Uji Instrumen	43
H. Analisis Data Dan Teknis Analisis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	53
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	76
B. Saran	76
Daftar Pustaka	79

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Awards.....	6
Table I.2 Jawaban Responden Hasil Pra Survei.....	8
Tabel II.1 Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian	32
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Usia	56
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perkerjaan.....	57
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	58
Tabel IV.5 Keputusan Pembelian	59
Tabel IV.6 Jawaban Responden Harga	61
Tabel IV.7 Jawaban Responden Promosi	62
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	64
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel IV.10 Regresi Linier Berganda	66
Tabel IV.11 Hasil Uji F	68
Tabel IV.12 Hasil Uji T	69
Tabel IV.13 Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar Ii.1 Model Perilaku Konsumen	12
Gambar Ii.1 Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian
Lampiran 2 Kuesioner
Lampiran 3 Tabulasi Data
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Harga
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Promosi
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 8 Tabel F
Lampiran 9 Tabel t
Lampiran 10 Nilai Distribusi R Tabel
Lampiran 11 Surat Riset Penelitian
Lampiran 12 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 13 Sertifikat AIK
Lampiran 14 Sertifikat SPSS
Lampiran 15 Sertifikat Komputer
Lampiran 16 Plagiarsm Checker
Lampiran 17 Biodata Penulis

ABSTRAK

Shinta Bela Oktaviyani /212018251/ Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Sunco Di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir, baik secara Simultan maupun Parsial. Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Jumlah Populasi *infinite* dan Sampel 100 Responden. Data yang digunakan data Primer dan Sekunder, dengan menggunakan metode pengumpulan data Kusioner dan Dokumnetasi. Teknik analisis yang digunakan Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis F dan t, serta Koefisien Determinasi. Hasil Penelitian, Hasil regresi menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Harga, Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji t menunjukan bahwa ada pengaruh Harga atau Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien Determinasi menunjukkan bahwa Harga, Promosi berkontribusi sebesar 62,4% terhadap perubahan Keputusan Pembelian.

Kata kunci : **Keputusan Pembelian, Harga Dan promosi**

ABSTRACT

Shinta Bela Oktaviyani /212018251/ The Influence of Price and Promotion on the Purchase Decision of Sunco Cooking Oil in Sirah Pulau Padang District, Ogan Komering Ilir Regency.3eee

The purpose of this study was to determine the effect of price and promotion on purchasing decisions for Sunco cooking oil in Sirah Pulau Padang District, Ogan Komering Ilir Regency, both Simultaneously and Partially. This type of research includes associative research. The number of the population is infinite and the sample is 100 respondents. The data used are primary and secondary data, using questionnaire and documentation data collection methods. The analytical technique used is Multiple Linear Regression, Hypothesis Testing F and t, and the Coefficient of Determination. Research results, regression results show that there is a positive influence between price, promotion on purchasing decisions. F test results show that there is a significant effect of price, promotion simultaneously on purchasing decisions. The results of the t test show that there is a partial effect of price or promotion on purchasing decisions. The results of the coefficient of determination show that Price, Promotion contributes 62.4% to changes in Purchase Decisions.

Kata kunci : Buying decision, Price and promotion

BAB I

PENDAHULUAN

Perekonomian global saat ini mengalami intensifikasi persaingan yang cepat dan intens. Ketika membuat keputusan berdasarkan ruang lingkup potensi risiko, jumlah keuntungan yang akan direalisasikan secara teratur akan menjadi berbahaya. Karena orang-orang bersikap ambivalen tentang pengajaran informasi dalam jumlah besar dan memiliki keinginan untuk memutilasi diri mereka sendiri segera setelah mengetahui tentang kesulitan keuangan. Produsen harus lebih kritis, akuntabel, dan tanggap terhadap barang yang diproduksinya guna mendorong konsumen untuk membeli dan menggunakan produknya. Karena pertumbuhan ekonomi, persaingan telah berpindah ke pasar utama adalah mungkin untuk melihat seberapa murah produk tertentu, dan kampanye pemasaran telah diluncurkan untuk menarik perhatian pelanggan.

Perekonomian global saat ini mengalami eskalasi yang cepat dan intens dalam aktivitas penganiayaan. Begitu seseorang memiliki kesadaran akan ruang lingkup risiko potensial, jumlah keuntungan yang akan direalisasikan sering menjadi berbahaya. Karena ambivalensi individu dalam mendiskusikan sejumlah besar informasi dan keinginan mereka untuk membunuh diri mereka sendiri segera setelah mengetahui kesulitan keuangan mereka. Produsen harus lebih kritis, akuntabel, dan tanggap terhadap barang yang diproduksinya guna mendorong konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produknya. Akibat ekspansi industri persaingan telah berpindah ke pasar utama adalah mungkin

untuk melihat seberapa murah suatu produk tertentu , dan kampanye pemasaran telah diluncurkan untuk menarik perhatian orang . Keputusan pembelian adalah suatu keputusan (desicion) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan (atau perilaku). Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Pada intinya, walaupun sebenarnya memilih di antara perilaku alternatif yang berkaitan dengan objek tersebut.

Menurut Nugroho J. Setiadi (2019:323) Keputusan pembelian adalah suatu keputusan (desicion) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan (atau perilaku). Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Pada intinya, walaupun sebenarnya memilih di antara perilaku alternatif yang berkaitan dengan objek tersebut.

Keputusan pembelian konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks, namun harus tetap menjadi perhatian konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami konsumen ketika akan melakukan pembelian produk tertentu. Keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *Physical evidence* (bukti fisik), *people* (orang) dan *process* (proses), sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengelolah segala yang muncul informasi dan mengambil kesimpulan berupa *response* (tanggapan) yang muncul pada konsumen untuk mengelolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa *response* (tanggapan) yang muncul pada produk apa yang akan dibeli.

Harga ialah jumlah semua nilai yang berikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (Benefit) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Seringkali terjadi keluhan terhadap pelanggan dimana seorang pelanggan sering membeli produk dengan harga yang cukup mahal namun tidak memiliki nilai konsumen dengan harga yang telah ditetapkan. Ketika membeli sebuah produk, pelanggan pada dasarnya menukar sesuatu yang bernilai (harga) dengan sesuatu yang bernilai keuntungan dari perolehan atau penggunaan produk tersebut. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa pembeli memilih membeli suatu produk tersebut. harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, Menurut B Swasta (2021:21) harga didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sebuah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Iwan Kesuma Sihombing (2019:115) promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran.

Minyak goreng yang paling banyak digunakan adalah minyak goreng yang bahan bakunya dari kelapa sawit, minyak goreng kelapa sawit saat ini terbagi ke dalam dua segmen, yaitu minyak goreng bermerek minyak goreng yang tidak bermerek keduanya adalah sama-sama hasil dari proses industri. Namun, berbeda dari kualitas dan prosesnya. Untuk minyak goreng bermerek penyaringnya dilakukan 2-4 kali proses penyaringan, minyak yang jernih dan dikemas dengan merek tertentu. Sedangkan minyak goreng tidak bermerek hanya dilakukan satu

kali penyaringan. Minyak goreng kemasan bermerek adalah minyak goreng yang ditawarkan kepasar dengan menggunakan kemasan, merek, dan label produk.

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang mengelola kelapa sawit menjadi minyak goreng, salah satunya adalah Musin mas Group perusahaan yang menghasilkan produk sabun, minyak goreng. Perusahaan ini berakar dari pabrik sabun Nam Cheong. Pabrik ini didirikan pada tahun 1972 oleh Anwar Karim. Musim Mas bertumbuh menjadi perusahaan olahan minyak kelapa sawit ternama dan produsen produk kelapa sawit terbesar diindonesia, menawarkan beragam produk yang dibutuhkan masyarakat serta menjadi pemimpin pasar. Musim Mas merupakan salah satu eksportir terbesar minyak kelapa sawit. Mereka menerima penghargaan 'Indonesian Best Exporter' dari pemerintah Indonesia sebagai bukti peran besar mereka dalam dunia industri Indonesia.

Banyak orang yang berhati-hati dalam pemakaian minyak goreng disebabkan karena konsumsi minyak goreng yang tidak sehat dapat meningkatkan kadar kolestrol jahat. Untuk pilihan minyak goreng yang sehat, anda bisa mencoba minyak goreng SunCo dari Musim Mas. Minyak goreng SunCo tidak mengandung kolestrol apapun, sehingga baik untuk kesehatan jantung, kaya dengan kandungan antioksidan, dan bebas dari penyebab masalah penyumbatan lemak arteri. SunCo terbuat dari bahan-bahan segar dari perkebunan tanpa bahan pengawet. SunCo mengandung pro vitamin A (*beta-karoten*) dan vitamin E (*tocopherol* dan *tocotrienol*) yang bersifat sebagai antioksidan. Kandungan antioksidan ini telah terbukti dapat menghambat pembentukan kanker. Sunco mengandung *mono-unsaturated fatty acid* (asam oleat dan poli-asam lemak tak

jenuh (asam linoleat) yang dapat membantu untuk mempertahankan tingkat kolesterol darah yang normal.

Sampai saat ini Telah banyak minyak goreng sawit yang muncul dengan skala distribusi lokal maupun nasional. Hingga saat ini tercatat lebih dari 30 merek yang beredar dipasaran, adapun lima pemain besar dalam industri minyak goreng sawit kemasan bermerek yaitu, Bimoli, Filma, Sania, Tropical, Sunco

Tabel 1.1 : Top Brand Award Minyak Goreng Kemasan Produk

No	Merek	TBI (Top Brand Index)
1	Bimoli	37.7%
2	Filma	12.8%
3	Sania	10.4%
4	Tropical	9.7%
5	Sunco	9.0%

Sumber : Top Brand Award 2021

Penulis memfokuskan penelitian ini kepada minyak goreng Sunco karena merupakan produk PT Musim Mas adalah perusahaan yang berbasis di medan, Indonesia. Selain itu minyak goreng sunco bening dan tidak cepat hitam kemudian, tidak mudah beku dan kandungan asam lemak jenuh rendah serta, memiliki karakternya seperti air sehingga menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap minyak goreng Sunco. Meskipun memiliki kandungan yang bagus dan banyak diminati tetapi minyak goreng sunco menempati posisi terakhir yaitu 9,0%.

Berdasarkan pengamatan dan pra survey yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa Minyak goreng Sunco mempunyai harga yang jauh lebih mahal dibandingkan dengan 5 Top Brand minyak goreng di Tabel 1.1 harga minyak goreng Bimoli 1 liter Rp. 16.000 dan 2 liter Rp. 29.499, harga minyak goreng Filma 1 liter Rp. 16.500 dan 2 liter 26.900, harga minyak goreng Sania 1 liter Rp. 13.000 dan 2 liter Rp. 27.000, harga minyak goreng Tropical Rp. 14.700 dan 2 liter Rp. 30.000, harga minyak goreng Sunco 1 liter Rp. 25.000 dan 2 liter Rp. 46. 900, harga yang ditawarkan minyak goreng Sunco tinggi dan promosi yang dilakukan perusahaan sedikit kurang menarik sehingga membuat konsumen kurang tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

Oleh karena itu, untuk mengetahui lebih jelas lagi tanggapan konsumen dilakukan riset mengenai produk minyak goreng sunco. Peneliti melakukan survey dengan membuat kusioner kepada 30 responden yang merupakan masyarakat Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir . Jawaban Responden di tampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2

Hasil Riset keputusan Pembelian Minyak Goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir

No	Keputusan pembelian	Tanggapan	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Anda sering melakukan pembelian ulang minyak goreng Sunco	21	9
2	Anda membeli minyak Sunco karena rekomendasi teman atau orang lain	14	16
3	Harga minyak goreng Sunco terjangkau	12	18
4	Harga minyak goreng Sunco sesuai dengan manfaat	19	11
5	Promosi minyak goreng Sunco menarik	13	17
6	Promosi minyak goreng Sunco ditemukan dibebagai media	14	16
7	Minyak goreng Sunco mudah didapatkan	17	13
8	Minyak goreng Sunco terpercaya	15	15

Sumber : hasil kusioner penelitian dengan 30 responden

Berdasarkan hasil pra survey di atas, perusahaan minyak goreng Sunco harus mempertimbangkan harga agar menjadi lebih terjangkau dipasar kemudian meningkatkan promosi melakukan berbagai inovasi dan media, sehingga konsumen dapat mengambil keputusan pembelian terhadap produk minyak goreng Sunco dengan promosi yang membuat tertarik dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Sunco Di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir**

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir ?
2. Adakah pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir ?
3. Adakah pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir ?

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir.

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sunco di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat bermanfaat serta menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang didapat dari perkuliahan yang telah diterima dan dipraktikkan ke dalam penelitian yang sebenarnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sejenis. Serta agar dapat menjadikan peneliti selanjutnya menjadi lebih dan efisien dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasarandan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Asiati,Diah Isnaini, dkk. 2019. *Metodelogi Penelitian Bisnis: Cetakan Kesatu*. Palembang: (KDT) Anggota IKKAPI (No.012/SMS/13).
- Radjab, Enny, &Andi Jam'an. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis: Cetakan Kesatu*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Setiadi, J. Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen: Edisi Pertama. Cetakan Ketuju*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sihombing, IwanKesuma & Dewi, Ika Sari. 2019.*Pemasaran Dan Manajemen Pasar Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian pendidikan (PendekatanKualitatif, Kuanlitatif, dan R&D)*. Bandung: Albetha.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D: Edisi Kedua. Cetakan Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, & Anatasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, Anggota IKAPI.
- Erlyna Agustina, Endang Triwidyati, R. N. (2020). Pengaruh Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jacket Hodie Pada Glory Outfit Blitar. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1, 130–131.
- Irfanudin, A. M., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (2018). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Filma Minyak Goreng Di PT Smart TBK*. 1(1), 80–98.
- Mei Shinta Permatasari, Nasharuddin Mas, W. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Peran Harga sebagai Variabel Moderasi. *Conference on Economic and Business Innovation*, 261–261. <https://doi.org/10.1109/map.2014.6971963>
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52. <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>
- Sri Nurhasana. (2021). Determinan Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Evaluasi Alternatif Sebagai Intervening Pada Produk Minyak Goreng Kemasan Di Kota Yogyakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1(69), 5–24.

Pasaribu, R. F. A., Kakana, L. A., Hutahuruk, T. E., & Hutsoit, A. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian minyak goreng Bimoli pada PT. Salim Ivomas Pratama ,Tbk Lubuk PAKAM. *Ilmiah Socio Secretum*, 9(1), 183–194.