PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET DI KECAMATAN JEJAWI

SKRIPSI

Nama : Pitri Dini Anti

NIM : 212018033

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET DI KECAMATAN JEJAWI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Nama : Pitri Dini Anti

NIM : 212018033

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Pitri Dini Anti
NIM	:	212018033
Konsentrasi	:	Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	:	Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Jejawi

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. 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.
3. 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, Agustus 2022
Yang Menyatakan,

Pitri Dini Anti
NIM: 212018033

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Jejawi
Nama	:	Pitri Dini Anti
NIM	:	212018033
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal:

Pembimbing I,

Dr. Trisnaferty Adjeng Meslyati,S.E.,M.M.
NIDN: 0019026101

Pembimbing II,

Gunar Heradiansyah,S.E.,M.M.
NIDN: 0202039203

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zalena Triharsdayani, S.E., M.Si.
NIDN: 0229057501

HALAMAN *MOTTO* DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Ilmu adalah senjataku, sabar adalah pakaianku,

dan sholat adalah pelipur laraku.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulilah kepada SWT kupersembahkan teruntuk orang-orang yang kusayangi.

- **Kedua orang tuaku Ayah Syaripudin dan Ibuku Paridah yang telah memberikan segalanya untuk membahagiakanku sampai kini dan membimbingku sampai menyelesaikan pendidikan S-1 tak pernah cukup membalas cinta ibu dan ayah kepadaku.**
- **Untuk saudara kakakkutersayang Lius Handoko.**

PRAKATA

بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillahi Rabbil ‘Alamin, segala puji syukur tiada hentinya penulis haturkan kehadirat Allah SWT yang maha pemberi petunjuk, anugerah dan nikmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Jejawi**”. Allahumma Shalli ‘Ala Muhammad, penulis curahkan kehadirat junjungan umat, pemberi syafaat, penuntun jalan kebajikan, penerang dimuka bumi ini, seorang manusia pilihan dan teladan kita, Rasululah SAW, beserta keluarga, para sahabat dan pengikut beliau higga akhir zaman, Aamiin.

Penulis merasa sangat berhutang budi pada semua pihak atas kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga sewajarnya bila pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan semangat dan bantuan, baik secara materiil maupun spiritual. Oleh karena itu, penulis menghaturkan terima kasih dan rasa hormat yang tak terhingga dan teristimewa kepada kedua orang tuaku, Ayahanda (Syaripudin) dan Ibunda (Paridah) tercinta yang merupakan motivator dalam hidupku dan pengorbanannya yang telah melahirkan, mengasuh, memelihara, mendidik, dan membimbing penulis dengan penuh kasih sayang hingga penulis dapat menyelesaikan studi.

Selanjutnya ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Abid Djazuli. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu. Zaleha Trihandayani, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu . Trisniarty Adjeng Moelyati., selaku Pembimbing I dan Bapak Gumar Herudiansyahselaku Pembimbing II yang telah banyak Terima kasih kepada masyarakat di Kecamatan Jejawi sebagai responden yang membantu dan meluangkan waktu sampai selesai Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat-nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat belajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang membantu kelancaran dalam mengurus administrasi.
6. Sahabat seperjuanganku (Riko,Dhea,Etak,Nurul) dan Khususnya Ali amran, serta almamaterku dan semua pihak yang telah ikut membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebut satu persatu

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari ksempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis memohon ridho dan magfirah-Nya, semoga segala dukungan serta bantuan semua pihak mendapat pahala yang berlipat ganda disisi Allah SWT. Semoga karya ini dapat bermanfaat kepada para pembaca, Aamiin.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

Palembang, Agustus 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMANSAMPUL DEPAN i

HALAMANJUDUL ii

HALAMANPERNYATAANBEBASPLAGIAT iii

HALAMANPENGESAHANSKRIPSI iv

HALAMAN*MOTTO*DANPERSEMBAHAN v

PRAKATA vi

DAFTARISI viii

DAFTARTABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

ABSTRAK xiii

ABSTRACT xiv

BABIPENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah 1

B.Rumusan Masalah 12

C.Tujuan Penelitian 12

D.Manfaat Penelitian 13

BAB IIKAJIAN KEPUSTAKAAN

A.Landasan Teori 14

B.Penelitian Sebelumnya 21

C. Kerangka Pemikiran 26

D.Hipotesis 27

BAB IIIMETODE PENELITIAN

A.Jenis Penelitian 28

B.Lokasi Penelitian..... 29

C.Operasionalisasi Variabel 29

D.Populasi dan Sampel Penelitian 30

E.Data yang Diperlukan 32

F.Metode Pengumpulan Data 32

G.Analisis Data dan Teknik Analisis 34

BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.Hasil Penelitian 42

B.Pembahasan..... 64

BABVSIMPULAN DAN SARAN

A.Simpulan 71

B.Saran 71

DAFTARPUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 Hasil Pra Riset Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produk Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Indomaret di Kecamatan Jejawi 8

Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Denggan Penelitian Sebelumnya . 25

Tabel III.1 Variabel, Definisi, Indikator 29

Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas 46

Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas 47

Tabel IV.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48

Tabel IV.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan 48

Tabel IV.5 Keputusan Pembelian (Y) 49

Tabel IV.6 Produk (X1) 52

Tabel IV.7 Harga (X2) 55

Tabel IV.8 Promosi (X3) 57

Tabel IV.9 Hasil Regresi linier Berganda 60

Tabel IV.10 Hasil Uji F (Uji Simultan) 61

Tabel IV.11 Hasil Uji t (Uji Parsial) 62

Tabel IV.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) 63

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen 15
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner
Lampiran 2. Identitas Responden
Lampiran 3. Tabulasi Data VariabelProduk (X1)
Lampiran 4. Tabulasi Data VariabelHarga (X2)
Lampiran 5. Tabulasi Data VariabelPromosi (X3)
Lampiran 6. Tabulasi Data VariabelKeputusan Pembelian (Y)
Lampiran 7. Hasil Perhitungan Data Menggunakan Program *Statistical Product and Service Solutions* (*SPSS*) *Version23,00for Windows*
Lampiran 8. Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 9. Nilai r_{tabel} (Nilai r *Product Moment*)
Lampiran 10. Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05
Lampiran 11. Titik Persentase Distribusi t (df = 81–120)
Lampiran 12. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 13. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Riset
Lampiran 14. Sertifikat AIK
Lampiran 15. Plagiarisme
Lampiran 16. Biodata Penulis

ABSTRAK

Pitri Dini Anti/212018033/2022/Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Jejawi/Manajemen Pemasaran.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh prodak,harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, 2) pengaruh produk terhadap keputusan pembelian, 3) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dan 4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dengan dengan teknik *non probability sampling.* Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Ada pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Jejawi, 2) Ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Jejawi, 3) Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Jejawi, 4) Ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Indomaret di Kecamatan Jejawi.

Katakunci: produk, harga, promosi keputusan pembelian

ABSTRACT

Pitri Dini Anti/212018033/2022/*The Influence of Products, Prices and Promotions on Purchase Decisions at Indomaret in Jejawi District/MarketingManagement*.

The purpose of this study was to determine: 1) the effect of product, price and promotion on purchasing decisions, 2) the influence of products on purchasing decisions, 3) the effect of price on purchasing decisions, and 4) the influence of promotions on purchasing decisions. This research includes associative research. The sample in this study was 100 people with a non-probability sampling technique. The method of data collection in this study is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis show that: 1) There is an effect of product, price and promotion on purchasing decisions at Indomaret in Jejawi District, 2) There is an effect of product on purchasing decisions at Indomaret in Jejawi District, 3) There is an influence of price on purchasing decisions at Indomaret in Jejawi District. , 4) There is an effect of promotion on purchasing decisions at Indomaret in Jejawi Kecamatan District.

Keywords*: *product, price, promotion of purchasing decisions

BAB I
PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Pemasaran sanggat penting dalam bisnis karena berusaha memberikan kebutuhan terhadap masyarakat, Dengan memenuhi kebutuhan maka dari segi angka pejualan sudah pasti meningkat. Itulah kenapa jangan samapai tidak menjalankan konsep pemasaran dalam perusahaan. Bisnis dan pasar ritel merupakan suatu bisnis dan suatu tempat yang menjual barang khususnya menjual barang langsung kepada konsumen langsung tanpa menjual kembali kepada orang lain,bisnis dan pasar ritel modern sebenarnya ada usaha dengan tingkat keuntungan yang tidak terlalu tinggi. Pasar ritel modern umumnya memiliki posisi tawar yang relatif kuat terhadap pemasoknya.

Terdapat kajian yang menarik untuk di cermati dalam pemasaran yaitu tentang perilaku konsumen. Dalam kegiatan pembelian seorang konsumen akan memandang suatu produk dari sudut pandang yang berbeda karna keputusan pembelian juga merupakan salahsatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan suatu produk dan jasa tertentu. Pemandangan terhadap suatu produk dari seorang konsumen bergantung pada keadaan konsumen tersebut. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan suatu pembelian terhadap sebuah produk atau jasa biasanya konsumen

selalu mempertimbangkan harga dan kualitas produk tersebut,konsumen mengharapkan kesesuaian kualitas produk yang mereka beli dan dengan harga yang mereka terima itu sesuai yang mereka harapkan.

Tujuan utama mempelajari utama prilaku konsumen iyalah memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian mereka.Pandangan ini memungkinkan para pemasar merancang strategi yang lebih efektif.oleh karena itu bidang riset konsumen di kembangkan sebagai perluasan dari riset pemasaran yang memfokuskan perhatian pada prilaku konsumen dan bukan pada aspek lain dalam pemasaran, hasil riset pasar digunakan untuk memperbaiki pengambilan keputusan manajerial.Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk di perhatikan,diminta,dicari,dibeli,dugunakan ,atau di konsumsi pasar pemenuh kebutuhan dan keingginan pasar yang bersangkutan.

Prilaku konsumen adalah sebagai perilaku yang terlibat dalam hal perencanaan, pembelian, dan penentuan produk serta jasa yang konsumen harapkan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keingginan konsumen. Kebutuhan dan keingginan konsumen adalah mutlak harus dipenuhi oleh setiap perusahaan bila inggin berhasil. Jadi kebutuhan manusian adalah suatu keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar, sedangkan keingginan manusia adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut. Ini menunjukan bahwa keingginan manusia sudah menunjukan

sesuatu yang lebih nyata atau lebih spesifik daripada kebutuha. (Christina Whidya Utami 2020:45)

Keputusan pembelian pada umumnya menyamakan harga barang mahal dengan kualitas bagus dan jika harga barang terlalu murah , pembeli akan mempertanyakan mutu dari produk itu sendiri. Hal pertama yang biasanya dilihat dari seorang konsumen berbelanja iyalah harga, kemudian diikuti oleh beberapa pertimbangan lainya, pemilihan karakter pada sebuah toko di karenakan kesan pembeli pada harga daripada harga asli sebuah toko. Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya.

Bukan hanya harga, Kualitas suatu produk juga penting agar proses bisnis dapat meningkat. Perusahaan atau organisasi mereka yang menjadikan kualitas produk mereka menjadi instrument penting akan menikmati keunggulan atas pesaing mereka dalam mengendalikan pasar karena tidak semua perusahaan tersebut selalu melakukan evaluasi terhadap sebuah kualitasn produk yang di produksinya kemudian meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Jika kualitas suatu produk itu baik dan memenuhi harapan yang diinginkan pembeli, maka pembeli tidak akan menyesal dengan pengorbanan yang sudah diberikan untuk membeli suatu produk tersebut.

Setiap individu memiliki metode pengambilan keputusan yang nyaris serupas. Meski begitu, terdapat beberapa faktor yang membedakan pengambilan keputusan antar individu, diantaranya adalah usia, karakter, pendapatan, serta gaya hidup.

kegiatan pemasaran terdapat empat hal yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu produk (product),harga (price),tempat (place),dan promosi (promotion). Dalam peneliti ini hanya akan membahas tiga,yaitu produk,harga dan promosi. Peneliti inginmengetahui seberapa jauh pengaruh antara ketiga hal tersebut terhadap keputusan pembeli.

Produk merupakan barang yang telah disediakan oleh toko untuk dijual. Produk yang telah disediakan di tokoh harus ditata dengan baik agar menarik perhatian konsumen agar tertarik untuk membeli. Produk harus ditata pada toko iyalah harus sesuai dan tergantung pada jenis toko. Karena penataan pada toko yang menarik akan merangsang keingginan konsumen untuk membeli. Dalam hal ini indomaret menjual beberapa macam produk dari produk makanan dan peralatan sehari hari seperti pembeyaran tiket,tagihan listrik dan air hinggah pembayaran online.

Menurut (AMILIA, 2017) Produk menjadi bagian dari acuan utama teruntuk pemasar. Kinerja produk atau jasa di pengaruhi secara langsung oleh kualitas produk, sehingga kualitas secara tegas diidentifikasikan melalui nilai dan kepuasan konsumen. Bagi sebuah perusahaan produk mempunyai peran yang sangat penting karena perusaan

tidak mampu menjalankan usahanya tanpa adanya sebuah produk. Maka pembuatan suatu produk akan lebih baik jika ditempatkan pada minat pasar atau selera atau kebutuhan pembeli.

Harga merupkan sebagai nilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang inggin di belinya maka harga pada umumnya di tentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi dalam seni jual beli,pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut. Dalam pemasaran,hargamerupakan satuan terpenting,karna harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang di nyatakan dalam satuan moneter. Sebagaimana telah kita ketahui salah satu tugas pokok ekonomi itu adalah menjelaskan mengapa barang mempunyai harga mahal dan mengapa harga barang mempunyai harga yang murah.

Promosi merupakan komunikasi pemasaran yang di kerjakan untuk mempengaruhi penyampaian sesuatu,membujuk,serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan dan upaya menawarkan produk dan jasa dengan mengunakan media cetak atau media elektronik sebagai sarana untuk promosinya.Promosi juga merupakan salah satu faktor penentuan keberhasilan salah satu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka tidak akan pernah membelinya. Perusahaan tidak hanya melakukan promosi melalui sosial media tetapi perusahaan harus sering melakukan promosi potongan harga

atau diskon juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian. Buchari alma 2019:57)

Pemilihan sarana promosi harus di[ertimbangkan secara matang karena menarik atau tidaknya suatu promosi akan sangat berpengaruh berhasil atau tidaknya suatu kegiatan pemasaran di dalam suatu perusahaan. Kegiatan promosi adalah segala usaha yang dilakukan penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen untuk membujuk mereka agar membeli serta menggingatkan kembali kepada konsumen lama agar melakukan pembelian ulang.

Minimarket merupakan sebuah tokoh modern yang menawarkan konsep recreational shopping atau wisata berbelanja yang dekat dari rumah,minimarket. Faktor penarik pelanggan untuk berbelanja dari ritel modern sepetri minimarket adalah ketersediaan barang dan harga yang terjangkau. Pritel minimarket harus mampu menerapkan strategi yang mampu dalam menentukan keragaman dalam barang daganggan yang akan ditawarkan pada pelanggan.

Di Indonesia minimarket didominasi oleh dua pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart keberadaan keduanya semakin hari semakin menjamur dan terus menguasai perdaganggan ritel khususnya ritel modern. Indomaret adalah suatu jaringan ritel yang ada di Indonesia.

Indomaret adalah minimarket yang bergerak dalam bidang perdaganggan barang eceran yang terdapat hampir di seluruh kota di

Indonesia.Pada saat ini Indomaret memiliki 33 pusat distribusi yang merupakan sentran pengadaan produk untuk lebih dari 16.000 gerai Indomaret dan Indonesia berkembang pesat dengan jumlah gerai lebih 16.000 gerai, terdiri dari 40% gerai milik terwaralaba.dan 60% gerai milik perusahaan .Indomaret buka setiap hari,rata-rata konsumen yang datang setiap harinya mencapai dua kali lipat pada hari weekend,pada perubahan gaya hidup pada masyarakat yang lebih menyukai berbelanja di pasar modern seperti indomaret ,yang menyebabkan pertumbuhan minimarket di kota-kota besar yang terdapat di Indonesia ,termasuk di Kecamatan Jejawi semakin tidak terkendali .Bauran Eceran yang tepat agar mampu bersaing dengan minimarket sejenis lainya.Untuk mengetahui respon masyarakat terhadap pembelian di indomaret ,peneliti mencari informasi bauran eceran terhadap konsumen kepada 30 responden,di masyarakat dengan cara acak, dengan mengunakan kuesioner pra riset pada masyarakat yang memiliki keputusan pembelian yang berbeda di indomaret di Kecamatan Jejawi .Berikut ini tampilkan hasil kuesioner dalam tabel berikut :

Tabel I.I

Hasil Pra Riset Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produk Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Indomaret di Kecamatan Jejawi

NO	Pertanyaan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Jumlah
Keputusan Pembelian (Y)				
1	Banyak Pemilihan Produk di indomaret kecamatan jejawi	**12 (40%)**	**18 (60%)**	**30**
2	Jumlah pembelian di sesuaikan dengan keingginan untuk kebutuhan sehari-hari	**14 (46%)**	**16 (54%)**	**30**
3	Pengiriman produk yang tepat waktu	**15 (50%)**	**15 (50%)**	**30**
Produk (x1)				
4	Bentuk dari kemasan suatu produk membuat ketertarikan berbelanja di indomaret kecamatan jejawi	**14 (46%)**	**16 (54%)**	**30**
5	Penyesuaian suatu produk di lingkungan konsumen	**15 (50%)**	**15 (50%)**	**30**
6	Model atau fitur yang banyak	**14 (46%)**	**16 (54%)**	**30**
Harga (x2)				
7	Keterjangkauan harga di indomaret kecamatan jejawi	**13 (44%)**	**17 (56%)**	**30**
8	Lebuh murah karena harga bersaing	**15 (50%)**	**15 (50%)**	**30**
9	Kesesuaian harga denggan manfaat produk di indomaret kecamatan jejawi	**12 (40%)**	**18 (60%)**	**30**
Promosi (x3)				
10	Iklan di indomaret kecamatan jejawi selalu membuat inggin berbelanja	**15 (50%)**	**15 (50%)**	**30**
11	Promosi di berbagai media sosial inggin membuat berbelanja di indomaret kecamatan jejawi	**15 (50%)**	**15 (50%)**	**30**
12	Daya tari brosur promosi yang sering di bagikan inggin membuat berbelanja di indomaret	**14 (46%)**	**16 (54%)**	**30**

Sumber :Kuesioner Pra riset 2022

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel I dapat di jelaskan :

1. Keputusan Pembelian

Hasil prariset terhadap responden pada indikator banyak pemilihan produk di indomaret kecamatan jejawi terdapat sekitar 33% yang menyatakan setuju dan 67% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa konsumen di kecamatan jejawi menganggap pemilihan produk kurang beragam.

Hasil pra riset terhadap responden pada indikator jumlah pembelian di sesuaikan denggan keingginan dan kebutuhan sehari-hari terdapat sekitar 46% yang menyatakan setuju dan 54% sisanya yang menyatakan tidak setuju. Ini menunjukan bahwa banyaknya kalangan konsumen di indomaret kecamatan jejawi kurang sesuai dengan kebutuhan dan keingginan konsumen.

Hasil pra riset terhadap responden pada indikator pengiriman produk yang tepat waktu terdapat sekitar 15% yang menyatakan setuju dan 15% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal itu menggambarkan bahwa pengiriman produk di indomaret kecamatan jejawi kadang tepat dan kadang tidak tepat waktu.

2. Produk

Hasil prariset terhadap responden pada indikator bentuk dari suatu kemasan produk tersebut yang sanggat baik dan bagus terdapat sekita 46%

yang menyatakan setuju dan 54% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal itu menunjukan bahwa konsumen di indomaret kecamatan jejawi menggangap bahwa kemasan suatu produk masi kurang baik dan belum cukup bagus.

Hasil prariset terhadap responden pada indikator penyesuaian suatu produk lingkungan yang banyak terdapat sekita 15% yang menyatakan setuju dan 15% sisanya menyatakan tidak setuju. Ini menjelaskan bahwa konsumen menggangap bahwa penyesuaian suatu produk banyak sesuai dengan konsumen terhadap suatu produk.

Hasil prariset terhadap responden pada indikator model atau fitur yang banyak terdapat sekitar 46% yang menyatakan setuju dan 54% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa setengah dari konsumen menganggap bahwa model dan fitur suatu produk masi kurang baik.

3. Harga

Hasil prariset terhadap responden pada indikator keterjangkauan harga di indomaret kecamatan jejawi terdapat sekitar 44% yang menyatakan setuju dan 46% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan sebagaian besar konsumen di indomaret kecamatan jejawi menganggap bahwa produk di indomaret masi kurang terjangkau.

Hasil prariset terhadap responden pada indikator lebih murah karena harga bersaing di indomaret kecamatan jejawi terdapat sekitar 50% yang menyatakan setuju dan 15% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini

menunjukan bahwa konsumen di indomaret kecamatan jejawi menganggap sudah cuku lebih murah terhadap daya saing harga di indomaret.

Hasil prariset terhadap responden pada indikator Kesesuaian harga denggan manfaat produk di indomaret kecamatan jejawi terdapat sekitar 40% menyatakan setuju dan 60% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa konsumen menganggap harga denggan manfaat produk masi kurang baik.

4. Promosi

Hasil prariset terhadap responden pada indikator iklan di indomaret kecamatan jejawi selalu membuat inggin berbelanjaterdapat sekitar 50% menyatakan setuju dan 50% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa konsumen menganggap iklan di indomaret kecamatan jejawi sudah cuku baik sehinggah membuat ketertarikan berbelanja di indomaret.

Hasil prariset terhadap responden pada indikator promosi di berbagai media sosial inggin membuat berbelanja di indomaret kecamatan jejawi terdapat sekitar 15% menyatakan setuju dan 15% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa konsumen menganggap promosi di berbagai media sosian sudah cukup baik dan bagus sehinggah membuat ketertarikan berbelanja.

Hasil prariset terhadap responden pada indikator daya tari brosur promosi yang sering di bagikan inggin membuat berbelanja di indomaret

kecamatan jejawi terdapat sekitar 46% menyatakan setuju dan 54% sisanya menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa konsumen menganggap daya tari dari brosur promosi yang sering di bagikan masi kurang baik.

Berdasarkan Latar Belakang di atas makan penelitian tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret di Kecamatan Jejawi.**

B.Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh prodak, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?
3. Adakah pengarugh harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?

C.Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh prodak,harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?

2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Jejawi?

D.Manfaat Penulisan

1. Manfaat Bagi Penulis

   Penelitian bermanfaat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari perkuliahan yang telah diterima dan dipraktekkan kedalam penelitian yang sebenarnya.

2. Manfaat Bagi Almamater

   Penelitian dapat dijadikan sebagai referensi dan bacaan bagi siapa saja untuk dijadikan sebagai bahan acuan dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

Agustirus Yaruar Budhi Heriyanto. (2020). *Analisis pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian.*

Alma,Buchari (2020).*Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa.*Bandung :Alfabeta

Amilia (2017). *Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.* Jurnal manajemen Volume 6 (1) : 660-669

Christina Whidya Utami (2017) *Manajemen Ritel Edisi 3*. Jakarta: Selemba Empat.

Diah Isnaini Atsiati, dkk. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fiki

Danang Sunnyoto, 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* Cetakan ketiga, Yogyakarta: CAPS

Hasan, Iqbal 2015. *Pokok Pokok Materi Statistik 2.*

Eko Sugeng Supriyanto, M. Naely Azhad, Budi Santoso (2017).*Dampak retailing mix terhadap keputusan pembeli pada minimarket indomaret.*

Febriano Clinton Polla, Mananeka, Rita N. Taroreh 2018. *Analisis pengaruh harga, promosi lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.*

I Gede Marendra (2018).*Pengaruh Pemasaran Produk,Harga,Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket (Alpamart atau Indomaret.*

Indasari, Meithiana.2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: Unitomo Press

Kotler & Keller (2018:188).*Keputusan pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan.*

Prof. Dr. H. Buchari Alma 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Penerbit Alfabeta

Rudy Irwansyah (2021). *Prilaku Konsumen.* Bandung: Penerbit Widina BhaktiPersada

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono (2019) *Statistika Untuk Penelitian* . Bandung; Alfabeta.

Setya Anugrah Rizky (2021).*Pengaruh Harga,Produk,Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kecamatan Banyumanik Kota Semarang.*

Setya Anugrah Rizky, Handoko Djoko Waluyo, Bulan Prabawani (2021).*Pengaruh bauran ritel terhadap keputusan pembelian pada indomaret.*