

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PASTA GIGI COLGATE DI KELURAHAN 16  
ULU KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama: Apri Dweiresty**

**NIM: 212019381**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PASTA GIGI COLGATE DI KELURAHAN 16  
ULU KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG**

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



**SKRIPSI**

**Nama : Apri Dweiresty**

**NIM : 212019381**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

1.

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Apri Dweiresty  
NIM : 212019381  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian  
Pasta Gigi Colgate Di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang  
Ulu II Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I 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 tidakkebenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini di serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, 17 Febuari 2023



The image shows a 10,000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '996CAKX286110647'.

Apri Dweiresty

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

### TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Pasta Gigi Colgate Di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang  
Ulu II Palembang

Nama : Apri Dweiresty  
NIM : 212019381  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan

Pada Tanggal.....

Pembimbing I

Pembimbing II



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

NIDN : 0216057001



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si

NIDN : 0226107001

Mengetahui,

Dekan  
Fak. Ket. Program Studi Manajemen  
  
Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN : 0229057501

## **PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

Motto :

“Hidup ini mudah yang sulit pikiran kita”

“Hidup ini lapang yang sempit hati kita”

“Hidup ini murah yang mahal gengsi kita”

Skripsi Ini Saya Persembahkan Kepada :

- ❖ Tuhanku, Allah SWT
- ❖ Kedua Orang Tua Ku
- ❖ Saudara Laki-laki Ku
- ❖ Keluarga Besar Kakek dan Nenek Ku
- ❖ Dosen pembimbing Skripsiku
- ❖ Almamater Kebangganku
- ❖ Para sahabat-sahabatku

## PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmatNYA penulisan skripsi dengan Judul Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ini dapat saya selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) merupakan universitas swasta tertua dan sangat dikenal di Kota Palembang. Universitas ini terus berkembang dari waktu ke waktu dengan jumlah mahasiswa, dosen, dan sarana serta prasarana yang semakin banyak dan lengkap. Perkembangan tersebut juga diiringi dengan kuantitas dan kualitas pesaing yang semakin banyak dan beragam. Itulah sebabnya UMP harus membangun komunikasi yang baik dengan calon-calon konsumennya, yaitu para siswa yang akan menyelesaikan studinya dari Sekolah Menengah Atas. Komunikasi ini dapat dibangun lewat berbagai sumber informasi dan memilih sumber informasi yang dapat memungkinkan pesan dapat diterima dengan baik. Itulah sebabnya perlu dilakukan kajian terhadap ketepatan berbagai sumber informasi yang selama ini telah digunakan UMP, manakah sumber yang lebih efektif.

Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu saya sampaikan terima kasih terutama pada kedua orang tua (Ayah Zaidi Zawawi dan Ibu Evi Yuselly) yang do'a dan bantuannya secara moril maupun materil memiliki makna besar dalam proses ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E, M.Si yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah membimbing dan memberikan masukan guna penyelesaian skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga Saya sampaikan 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 beserta staf.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak Randy Hidayat, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik.
6. Bapak Mister Candra, S.Pd.,M.Si dan Bapak Randy Hidayat, S.E., M.Si yang berkenan memberikan telaah terhadap proposal dalam seminar usulan penelitian.
7. Pegawai kelurahan, Kecamatan dan RT terpilih berikut seluruh masyarakat di kelurahan 16 ulu yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

8. Keluarga Besar Kakek H.Zawawi Alm dan Nenek Hj. Maimunah Alm dari sebelah pihak ayah yang selalu mendukung perkuliahan penulis dari awal hingga akhir.
9. Keluarga Besar Kakek Manan Alm dan Nenek Murdijah dari sebelah pihak ibu yang selalu mendukung perkuliahan penulis dari awal hingga akhir.
10. Putih Mis selaku bibik saya yang selalu membantu perkuliahan saya dari awal hingga akhir.
11. Putri Adiningsih, Lala Cahyani dan Yudha Pratama selaku sahabat yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dan selalu memberikan semangat tanpa henti.
12. Sahabat My Team“Yudda Pratama, M.Agus Setia, Putri Adiningsih, Lala Cahyani, Fitaloka, Naziratul Hasana, Nur Asmarani” yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.
13. Gilang Rirzki Dasuang selaku patner yang menjadi motivasi bagi kehidupan saya.
14. Anggraeni dan Yulian Tina selaku sahabat kostan yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.
15. Maharani Kharisma Darmayana, Meliya Putri, Agus Benariko, Wellan Supriyadi, Wendy Orlando selaku sahabat sepermainan yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Saya menyadari, meskipun banyak usaha telah saya lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin.

Palembang, 17 Februari 2023

**Apri Dweiresty**  
NIM 212019381

## **ABSTRAK**

### **APRI DWEIRESTY/212019381/Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Colgate Di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang/Manajemen Pemasaran.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Dalam penelitian ini populasinya terbatas dan sampelnya 100 orang. 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 produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Sedangkan pada uji parsial variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Selain itu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

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



## **ABSTRACT**

APRI DWEIRESTY/212019381/The Influence of Products and Prices on the Purchase Decision of Colgate Toothpaste in Kelurahan 16 Ulu, Seberang Ulu II Subdistrict, Palembang/Marketing Managenent.

The formulation of the problem in this study is that product and price influence the decision to purchase Colgate toothpaste in Kelurahan 16 Ulu, Seberang Ulu II, Palembang. This study aims to determine whether there is an effect of product and price on the purchasing decision of Colgate toothpaste in Kelurahan 16 Ulu, Kekamatan Seberang Ulu II Palembang. In this study the population is limited and the sample is 100 people. The data used in this study is primary data with data collection techniques through questionnaires. Then the data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that product and price simultaneously influence the purchasing decision of Colgate toothpaste in Kelurahan 16 Ulu, Seberang Ulu II, Palembang. Meanwhile, in the partial test, the product variable has a positive and significant effect on the decision to purchase Colgate toothpaste in Kelurahan 16 Ulu, Seberang Ulu II, Palembang. In addition, price has a positive and significant effect on the decision to purchase Colgate toothpaste in Kelurahan 16 Ulu, Seberang Ulu II, Palembang.

Keywords: Products, Price, and Buying Decision

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Judul .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman Tanda Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Persembahan dan Motto.....	v
Prakata.....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiii
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Kepustakaan .....	9
B. Kerangka Pemikiran.....	32
C. Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Oprasionalisasi Variabel .....	37

D. Populasi dan Sampel .....	37
E. Data yang Diperlukan .....	40
F. Metode Pengumpulan Data .....	41
G. Analisis Data .....	43
H. Jadwal Penelitian.....	76
I. Sistematika Penyusunan.....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A. Hasil Penelitian .....	50
B. Pembahasan.....	67
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
A. Simpulan .....	75
B. Saran.....	75
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Survey Konsumen pasta gigi berbagai merek .....	4
Tabel I.II Survey Masyarakat Terhadap Pasata Gigi Colgae.....	5
Tabel II.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya .....	33
Tabel II.3 Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
Tabel III.1 Oprasionalisasi Variabel .....	37
Tabel IV.1 Validitas .....	65
Tabel IV.2 Realibilitas .....	57
Tabel IV.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel IV.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk.....	60
Tabel IV.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	62
Tabel IV.6 Regresi Linier Berganda .....	64
Tabel IV.7 Uji F .....	66
Tabel IV.8 Uji t .....	67
Tabel IV.9 Determinasi.....	68

## **DAFTAR GAMBAR**

Tabel II.1 Model Perilaku Konsumen.....	10
Tabel II.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya .....	33
Tabel II.3 Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
Tabel III.1 Oprasionalisasi Variabel .....	37
Tabel IV.1 Jenis Kelamin.....	52
Tabel IV.2 Umur .....	53
Tabel IV.3 Pekerjaan.....	54
Tabel IV.4 Pendapatan .....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Perkembangan pemasaran yang dipengaruhi oleh perkembangan informasi teknologi saat ini telah meletakkan iklan sebagai alat pemasaran yang sangat penting dimana zaman semakin berkembang dengan pesat sehingga strategi pemasaran juga berubah drastis. Internet sudah semakin dikenal luas, pemasran menjadi sangat bergantung dengan internet karena dikenal sebuah sistem marketing atau penjualan produk berbasis online. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhannya sehingga terjual sendiri. Idealnya, pemasaran harus menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:166) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/ organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Ada pula yang mengartikan Perilaku Konsumen sebagai hal-hal yang mendasari untuk membuat keputusan pembelian misal untuk barang berharga jual rendah maka proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah sedangkan untuk

barang berharga jual tinggi maka proses pengambilan keputusan akan dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Banyak faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, diantaranya adalah bauran pemasaran Kotler dan Keller (2016:222) yang terdiri dari *product, price, place dan promotion*.

Menurut Kotler (2016:69) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi, serta dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Apabila produk bagus maka konsumen akan mudah datang untuk membeli sebuah produk, dengan kata lain produsen harus memberikan kualitas produk dengan baik dan sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Price (harga) merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk Kotler dan Keller (2016:106). Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan biaya saja. Ini sesuai dengan pendapat Kotler (2016:107) yang mengemukakan bahwa Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Maka dari itu penentuan harga jual sangat berpengaruh pada perusahaan, karena untuk membiayai jalannya perusahaan berasal dari hasil penjualan produk.

Dalam kehidupan sehari-hari pasta gigi bukan merupakan produk yang asing lagi. Pasta gigi merupakan kebutuhan utama dari manusia dalam menjaga kebersihan dan kesehatan gigi. Kebutuhan akan produk ini sudah merupakan

kebutuhan pokok bagi masyarakat dan permintaan terus meningkat dari tahun ketahun. Pasta gigi merupakan salah satu produk atau barang yang dipakai sehari-hari oleh konsumen. Berbagai macam merek pasta gigi yang bisa didapat oleh konsumen dipasaran seperti Pepsodent, Close Up, ABC, Formula, dan Colgate.

Perkembangan produk pasta gigi yang semakin meningkat menyebabkan banyaknya pilihan pasta gigi yang bisa dibeli oleh konsumen. Mulai dari pilihan merek, harga, kualitas yang ditawarkan oleh produsen. Konsumen juga mudah untuk mendapatkan produk pasta gigi ini, karena produk pasta gigi ini dijual diwarung-warung atau pasar. Hal ini membuat persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan-perusahaan yang memproduksi pasta gigi dalam merebut pangsa pasar yang lebih besar.

Saat ini salah satu produk pasta gigi sudah lama beredar dipasaran yaitu pasta gigi Colgate. Colgate merupakan produk yang sudah terkenal dimasyarakat, Hal ini dibuktikan pada tahun 2022 brand value (nilai merek) dari beberapa merek pasta gigi Colgate berada pada urutan ke lima dengan persentase 13,3%. Namun dengan semakin meningkatnya persaingan diantara produsen pasta gigi membuat berbagai macam merek pasta gigi yang beredar dan menawarkan varian dan serta kualitas yang sama. Hal ini membuat konsumen mempertimbangkan dari berbagai hal untuk memilih suatu produk pasta gigi, salah satunya adalah harga. Karena konsumen membandingkan antara satu produk dengan produk lainnya untuk mencari produk yang dianggap paling baik.



Berikut hasil survey awal peneliti terhadap masyarakat 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang tentang pasta gigi berbagai merek. Berikut tampilan pendapat dari 30 orang tentang pasta gigi berbagai merek sebagai berikut :

**Tabel I.1**

**Hasil survey pilihan konsumen pasta gigi berbagai merek pada masyarakat di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang**

No	Nama Produk	Jumlah Responden	Persentase
1.	Pepsodent	8	26,7 %
2.	Close Up	6	20 %
3.	ABC	6	20 %
4.	Formula	6	20 %
5.	Colgate	4	13,3 %
	Jumlah	30	100 %

*Sumber : Pernyataan Masyarakat di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang, 2022.*

Berdasarkan tabel I.1 di atas menunjukkan bahwa data responden masyarakat Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang dengan (26,7 %) respondennya memilih Pepsodent Kemudian disusul Close Up (20%) respondent, ABC (20%) responden, Formula (20%) responden dan Colgate (13,3%) responden. Berdasarkan hasil tersebut peneliti menyimpulkan bahwa pasta gigi Colgate mendapat responden paling sedikit dengan 4 responden yang memilihnya. Sehingga peneliti beranggapan bahwa pasta gigi Colgate adalah produk yang layak untuk dijadikan objek penelitian.

Berikut hasil survei penulis terhadap beberapa pernyataan dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini :

**Tabel I.2**  
**Survey Masyarakat Terhadap Pasta Gigi Colgate**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Membeli pasta gigi Colget karena keinginan dan berminat membeli.	13	17
2.	Membeli pasta gigi Colgate karena sudah terkenal.	13	17
3.	Membeli Pasta gigi Colgate karena mudah didapat.	14	16
4.	Pasta gigi Colgate terpercaya.	11	19
5.	Pasta gigi Colgate memiliki berbagai variasi kegunaan.	14	16
6.	Pasta gigi Colgate kualitas kesegarannya tahan lama.	9	21
7.	Kemasan pasta gigi Colgate praktis.	12	18
8.	Harga pasta gigi Colgate terjangkau.	10	20
9.	Harga pasta gigi Colgate sesuai dengan kualitasnya.	12	19
10.	Promosi pasta gigi Colgate menarik.	20	10
11.	Pasta gigi Colgate bisa ditemui dimana-mana.	18	12

*Sumber : Wawancara Pra-Riset 2022*

Berdasarkan tabel I.2 diketahui ada beberapa fenomena yang mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi Colgate. Ada beberapa indikator pernyataan yang menjadi masalah yaitu :

1. Pernyataan 1 sampai 3 mewakili variabel keputusan pembelian. Dari hasil jawaban masyarakat Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Di dominasi tidak setuju ini menunjukkan bahwa ada masalah variabel keputusan pembelian pasta gigi Colgate.

2. Pernyataan 4 sampai 6 mewakili variabel produk. Dari hasil jawaban masyarakat Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Di dominasi tidak setuju ini menunjukkan bahwa ada masalah variabel produk pasta gigi Colgate.
3. Pernyataan 7 sampai 9 mewakili variabel harga. Dari hasil jawaban masyarakat Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Di dominasi tidak setuju ini menunjukkan bahwa ada masalah variabel harga pada pasta gigi Colgate.
4. Pernyataan 10 mewakili variabel promosi. Dari hasil jawaban masyarakat Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Di dominasi tidak setuju ini menunjukkan promosi tidak menjadi masalah.
5. Pernyataan 11 mewakili variabel distribusi. Dari hasil jawaban masyarakat Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Di dominasi tidak setuju ini menunjukkan Colgate mudah didapat dimana-mana sehingga tidak menjadi masalah.

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan uraian fenomena diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Colgate Di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, penulis menetapkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi Colgate di Kelurahan 16 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Penulis**

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

## **2. Bagi Almamater**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan referensi untuk menambah wawasan, pengetahuan maupun sebagai bahan penelitian selanjutnya.

## Daftar Pustaka

- Asiati, D. I., & Dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri.
- Astuti Maria Retno Budi. (2017). Analisis persepsi yang mempengaruhi keputusan pembeli di Centro Paragon Solo. *Bhirawa, Vol.2.No.2 edisi Desember 2017*.
- Buchari Alma, (2018) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Budi Gautama Siregar, Hamni Fadlilah Nasution dan Siti Aisyah (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidimpuan : Padangsidimpuan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman. Volume 6 Nomor 1 Ed. Januari-Juni 2018 : hal. 58-81*
- Cut Yusnidar Cut Italina (2019)Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Pasta Gigi Sensodyne Di Kota Lhokseumawe Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Medias. Lhokseumawe.Vol I, No I, Juni 2019.ISSN: 2685-1024.**
- Habibah Ummu,Sumiati.(2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Bangkalan Madura. *Jurnal ekonomi dan bisnis hal 31-48, Volume 1 Nomor 1 Maret 2017*.
- Kothler, Philip, Amstrong. 2017. *Pemasaran, Edisi pertama*. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler dan Keller. 2017. *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2017). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong.(2018). *Principle Of Marketing, 17 Global Edition, Pearson Education Limited, New York*.
- M. Anang Firmansyah.(2019). *Pemasaran (Dasar Dan Konsep). Edisi Pertama*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

- Robiatul Aslamiyah, 2020. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Close Up di Pesantren Darul Falah V. BIMA : *Journal of Business and Innovation Management*. (Vol 2).Halaman 135-146, Jombang : Jawa Timur.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Setiadi, J. Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen: Edisi Pertama*. Cetakan Ketuju. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Siti Nurhana, Listyowati Puji Rahayu dan Hari Purwanto,2021.Pengaruh Citra Merk, Kualitas, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pasta Gigi Pepsodent Pada Masyarakat Kelurahan Ngargosari. Boyolali. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol. 9, No. 2, (2021). e-ISSN 2622-1756.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2019).*Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R & D*.Bandung:Alfabeta.
- Tengku Irma Yunita (2021) ” Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Formula Pada Masyarakat Desa Denai Kuala Kecamatan Pantai Labu Deli Serdang.(Vol 1). Issue. 2021.
- Thamrin abdullah, Francis Tantri.(2018).*Manajemen Pemasaran*.Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono Fandy,Gregorius chandra.(2017). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta:penerbit andi.
- Ujang Sumarwan.(2018).*Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*.Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ujang Sumarwan.(2018).*Pemasaran Strategik perspektif perilaku konsumen dan marketing plan*.Bogor:IPB Press.
- Yunita, T. I., & Rukmini. (2021). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Formula Pada Masyarakat Desa Denai Kuala Kecamatan Pantai Labu Deli Serdang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen* ,2021. 1(1), 58-67.2021.