

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN SHINZU'I
DI KECAMATAN BANYUASIN III**



Skripsi

Nama : Putri Adiningsih

Nim : 212019392

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN SHINZU'I
DI KECAMATAN BANYUASIN III**

Skripsi

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



Nama : Putri Adiningsih

Nim : 212019392

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Adiningsih

NIM : 212019392

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Sabun Shinzu'I Di Kecamatan Banyuasin III

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karyatulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat 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 karyatulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2023



Putri Adiningsih

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univesitas Muhammadiyah
Palembang

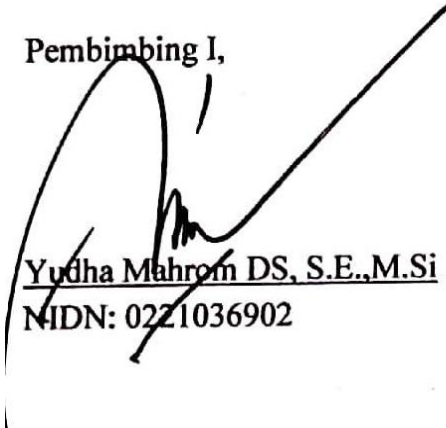
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI


Judul : Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Sabun Shinzu'i Di Kecamatan Banyuasin III
Nama : Putri Adiningsih
NIM : 212019392
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN: 0221036902


Nadia Afriliana, S.E., M.Si
NIDN: 0219048501

Mengetahui,
Dekan

Ketua Program Studi Manajemen




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

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

“ Setiap kesulitan yang dihadapi pasti akan berlalu ”

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran”

(Albert Einstein)

Kupersembahkan kepada :

- ❖ Tuhanku, Allah SWT
- ❖ Kedua Orang Tua Ku
- ❖ Keluarga besar ku
- ❖ Dosen pembimbing Skripsiku
- ❖ Almamater Kebangganku
- ❖ Para sahabat-sahabatku
- ❖ Orang baik yang secara tidak sengaja bertemu

PRAKATA



Assalamualaikum wr wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan Rahmat Nya sehingga tugas akhir yang berjudul Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sabun Shinzu'i di Kecamatan Banyuasin III, dapat penulis selesaikan sesuai denan waktu yang dijadwalkan.

Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih terutama kepada Ayah, Mulyadi Efendi dan Ibu, Susi Laini yang telah memberikan doa, motivasi, kasih sayangnya yang tiada henti kepada saya, dan adik-adik tercinta (Dinda, Rara, dan Adia) yang selalu memberikan semangat. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Responden yang telah membantu dalam mengisi koesioner
3. Bapak Yudha Mahrom DS,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, sekaligus Dosen Pembimbing I.
4. Ibu Nadia Afriliana, S.E.,M.Si selaku pembimbing II.
5. Ibu Zaleha Trihandayani,SE,M.Si dan Bapak Mister Candera, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
6. Bapak Randy Hidayat, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik
7. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E, M.M dan ibu Mardiana Puspa Sari, S.E, M.Si yang berkenan memberikan telaah terhadap proposal dalam seminar usulan penelitian
8. Dosen/staf Pengajar, staf akademik dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
9. Keluarga Besar Kakek (Zaini Muharram) dan Nenek (Zubaidah) dari sebelah pihak ibu yang selalu mendukung perkuliahan penulis dari awal hingga akhir
10. Keluarga Besar Kakek (M. Yusuf) dan Nenek (Aminah) dari sebelah pihak ayah yang selalu mendukung perkuliahan penulis dari awal hingga akhir

11. Yuda Pratama, Lala Cahayani dan Aprie Dweiresty, selaku orang terbaik yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dan selalu memberikan semangat tanpa henti.
12. Sahabat My Team“Apri Dweiresty, M.Agus Setia, Yuda Pratama, Lala Cahayani, Fitaloka, Naziratul Hasanah, Nur Asmarani, Febriansyah, Eko, Kak Rendy, Dedek al” yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.
13. Sahabat sekolahku Arum Karlina, Rindi Antika, Yuli Intan Sari, dan Feranda Zahwami, serta teman-teman KKN ku.

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

Wassalamu’alaikum Wr wb

Palembang, Februari 2023

Putri Adiningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	Xi
HALAMAN LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	24
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Operasional Variabel.....	30
D. Populasi dan Sampel.....	30
E. Data Yang Diperlukan.....	32
F. Metode Pengumpulan Data.....	33
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian.....	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Daftar Top Brand Index pada tahun 2021 & 2022

Tabel I.2 Hasil pra-survey sabun shinzu'i pada masyarakat Kec. Banyuasin III

Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan dari penelitian sebelumnya

Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas

Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas

Tabel IV.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

Tabel IV.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk

Tabel IV.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga

Tabel IV.6 Regresi Linier Berganda

Tabel IV.7 Hasil Uji F (Simultan)

Tabel IV.8 Hasil Uji t (Parsial)

Tabel IV.9 Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen

Gambar II.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Gambar II.3 Kerangka Pemikiran

Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Surat Pernyataan Bebas Plagiat

Lampiran 4 Surat Riset

Lampiran 5 Kartu Aktifitas Bimbingan

Lampiran 6 Sertifikat SKPI

Lampiran 7 Sertifikat

Lampiran 8 Hasil Pengolahan Data SPSS

Lampiran 9 Biodata Penulis

ABSTRAK

Putri Adiningsih / 212019392 / 2023 /Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Shinzu'i di Kecamatan Banyuasin III/Manajemen Pemasaran

Rumusan masalah penelitian ini adalah; 1) Adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian ?, 2) Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian ?, 3) Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ?. Adapun tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian 2) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian 3) Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dengan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sabun shinzu'i di kec. Banyuasin III, 2) Ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sabun shinzu'i di kec. Banyuasin III, 3) Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sabun shinzu'i di kec. Banyuasin III.

Kata kunci: produk, harga, keputusan pembelian

Abstract

Putri Adiningsih / 212019392 / 2023 / The Effect of Product and Price on Purchase Decision of Shizu'i Soap in Banyuasin III District.

The formulation of this research problem is; 1) Is there a product and price influence on purchasing decisions?, 2) Is there a product influence on purchasing decisions?, 3) Is there a price influence on the wealth decision?.The research objectives are 1) To find out the effect of the product and price on purchasing decisions 2) To find out the effect of the product on purchasing decisions 3) To find out the effect of the price on purchasing decisions. This research includes associative research. The sample in this study was 100 people with purposive sampling technique. The method of data collection in this study was a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression. The analysis shows that: 1) There is an influence on product and price on the decision to purchase shinzu'i soap in Banyuasin III District, 2) There is a product influence on the purchase decision of shinzu'i soap in Banyuasin III District 3) There is a price influence on the purchase decision of shinzu'i soap in Banyuasin III District

Keywords : Product, Price, and Purchase decision.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen . Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ketangan kosumen, tetapi juga bagaimana produk jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

Menurut Putri, B. R. T (2017:1) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Menurut Kotler dalam Ari, Jusuf, dan Efendi (2015:7) pemasaran adalah kegiatan menganalisis, mengorganisasi, merencanakan, dan mengawasi sumber daya, kebijaksanaan, serta kegiatan yang menimpa para pelanggan perusahaan dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan para kelompok pelanggan. Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan

(needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands). Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya.

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Indrasari (2019:16) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana Individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Banyak faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, diantaranya adalah bauran pemasaran Kotler dan Keller (2016:222) yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Aktivitas perilaku konsumen terjadi pada konsumen setelah menemukan produk yang diinginkannya, setelah dilakukan kegiatan observasi dan evaluasi produk, setelah itu konsumen memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian.

Menurut Peter dan Olson (2018:18) keputusan pembelian adalah proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian diambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif. Sebelum pilihan dijatuhkan, ada beberapa tahap yang mungkin akan dilalui oleh pembuat keputusan. Proses keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut, yaitu: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Menurut Kotler(2017) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk, harga, tempat, dan promosi.

Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2015) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Dalam hal ini perusahaan harus memberikan produk yang berkualitas dan kepuasan terhadap suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen, jika tidak konsumen akan segera beralih pada pesaing yang menawarkan kelebihan produknya kepada konsumen.

Harga pada suatu produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana setiap konsumen mempertimbangkan harga dengan kualitas produk untuk kemudian menentukan keputusan pembelian pada suatu produk. Menurut Alma (2018:171) harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga barang tersebut mahal, sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak akan terlalu mahal.

Di Indonesia, tingkat persaingan barang konsumsi saat ini semakin ketat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatkannya berbagai kebutuhan yang dibutuhkan yang menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada penduduk Indonesia rata-rata menghabiskan Rp1,26 juta perbulan untuk konsumsi. Nilai itu bertambah sekitar Rp38.905 atau naik 3,17% dari tahun sebelumnya, yang rata-ratanya Rp1,22 juta

perbulan. Hal inilah yang membuat semakin banyak produsen bersaing untuk membuat/memproduksi produk yang inovatif supaya dapat mempertahankan konsumen yang ada dan menarik konsumen baru.

Produk sabun mandi merupakan salah satu kebutuhan yang saat ini sedang berkembang di Indonesia. Sabun mandi menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk menjaga kebersihan tubuh, sehingga produksinya selalu tinggi karena permintaan yang tinggi, dan tingkat persaingan yang ketat karena produk ini merupakan barang yang dibutuhkan oleh semua orang. Ketika memutuskan produk mana yang akan dibeli konsumen biasanya akan memilih produk dengan merek yang sudah dikenalnya, serta konsumen biasanya membeli produk kebutuhan sehari-hari yang dijual di warung atau toko terdekat dari rumahnya.

Pada saat ini dimana bermunculan merek-merek sabun yang ditawarkan kepada konsumen. Para produsen berlomba-lomba untuk menghasilkan produk yang akan membuat konsumen merasa puas dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk sabun yang dihasilkan hendaknya memiliki harga yang terjangkau dengan manfaat dan kualitas yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan hendaknya juga bisa bersaing dengan sabun merek lain yang menjadi saingannya. Konsumen akan membandingkan antara satu produk dengan

produk lainnya untuk mencari produk yang dianggap paling baik dan sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian produk tersebut akan memiliki nilai tambah tersendiri dimata para konsumen.

Saat ini salah satu produk sabun sudah lama beredar dipasarkan yaitu sabun mandi Shinzu'i. Shinzu'i merupakan salah satu brand produk dari PT Bina Karya Prima, yang telah memulai usaha mereka sejak tahun 1981. Merupakan merek produk perawatan kulit yang ternama di Indonesia. Shinzu'i dibuat dengan formula yang alami, dengan menggunakan minyak essensial yang berharga yang diambil dari jamur matsutake. Dengan bahan alami ini, produk Shinzu'i bermanfaat dalam mencerahkan kulit, membuat kulit lebih lembut dan putih.

Dari berbagai macam merek sabun mandi yang ditawarkan di pasar mampu mempengaruhi posisi TBI dari beberapa merek sabun yang ada di Indonesia. Beragam merek sabun yang ada diindonesia seperti Lifebuoy, Lux, Dettol, Biore, Shinzu'i, dll. Berdasarkan Top Brand Survei yang dilakukan Top Brand Award kategori perawatan pribadi untuk Sabun mandi pada tahun 2021 & 2022 seperti tabel berikut.

Tabel I.1**Daftar Top Brand Index pada tahun 2023**

No.	Brand	TBI 2021	TBI 2021
1.	Lifebuoy	34,7%	32,7%
2.	Lux	12,2%	12,8%
3.	Dettol	11,6%	11,8%
4.	Biore	8,0%	11,3%
5.	Shinzu'i	0%	0%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>, diakses pada 15 maret 2023, 10:22

Top brand index (TBI) adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Predikat ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survey berskala nasional. Tabel diatas menyajikan TBI beberapa merek sabun yang telah dikenal di Indonesia. Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2021 dan 202 TBI sabun Shinzu'i berada pada urutan ke lima. Dari data tersebut sabun shinzu'i pada survey top brand award memiliki TBI yang rendah dari pada sabun empat sabun lainnya , terutama sabun Lifebuoy yang memiliki TBI sebesar 32,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sabun Shinzu'i bukan merupakan merek yang paling banyak diminati konsumen di Indonesia yang didasari oleh beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sabun Shinzu'i, dengan demikian peneliti beranggapan bahwa sabun Shinzu'i adalah produk yang layak untuk dijadikan sebagai objek penelitian.

Berikut ini juga diperoleh hasil dari riset awal kepada 30 masyarakat Kec. Banyuasin III sebagai responden. Tentang pendapat mereka terhadap produk sabun mandi Shinzu'I berikut ditampilkan pendapat konsumen tentang sabun mandi Shinzu'i :

Tabel I.2
Hasil pra-survey sabun shinzu'i pada masyarakat Kec. Banyuasin III

No.	Pernyataan Indikator	Setuju	Tidak Setuju
1.	Membeli karena keinginan dan berminat membeli.	11	19
2.	Membeli sabun shinzu'i karena mereknya terkenal	18	12
3.	Membeli sabun Shinzu'i karena mudah diperoleh.	13	17
4.	Sabun shinzu'i memiliki banyak varian aroma	8	22
5.	Sabun shinzu'i memiliki wangi yang tahan lama	18	12
6.	Sabun shinzu'i memiliki kemasan yang menarik	10	20
7.	Harga Sabun Shinzu'i terjangkau	12	18
8.	Harga Sabun Shinzu'i sesuai dengan kualitas yang didapatkan	16	14
9.	Harga Sabun Shinzu'I dapat bersaing dengan sabun merek lain	6	24

Sumber : Masyarakat Kec. Banyuasin III, tahun 2022

Berdasarkan hasil tabeldi atas dapat dijelaskan bahwa Sabun Shinzu'i memiliki fenomena diantaranya sebagai berikut:

Pernyataan : Membeli karena keinginan dan berminat membeli, Mereknya terkenal, dan Membeli sabun shinzu'i karena mudah diperoleh memunculkan

variabel keputusan pembelian. Kesimpulan yang didapat yaitu Tidak banyak orang yang berminat untuk membeli sabun shizu'i padahal sabun Shinzu'i merupakan merek yang terkenal menurut sebagian besar responden, dan sebagian besar responden merasa sabun shizu'i tidak mudah diperoleh karena tidak banyak dijual ditoko/warung terdekat rumahnya.

Pernyataan: Memiliki banyak varian aroma, Memiliki wangi yang tahan lama, dan Memiliki kemasan yang menarik memunculkan variabel produk. Kesimpulan yang dapat yaitu Banyak responden yang tidak mengetahui sabun shizu'i memiliki banyak varian aroma dan banyak responden merasa wangi sabun shizu'ibertahan lama, serta menurut sebagian responden sabun Shinzu'i tidak memiliki kemasan yang menarik.

Pernyataan : Harga sabun shizu'i terjangkau , Harga sabun shizu'i sesuai dengan kualitas yang didapatkan , dan Harga sabun shizu'idapat bersaing dengan sabun merek lain memunculkan variabel harga. Kesimpulan yang dapat yaitu Tidak semua responden merasa harga sabun Shinzu'i terjangkau , menurut sebagian besar responden merasa kualitas yang didapatkan memang sesuai dengan harga yang mereka bayarkan, dan sebagian besar responden merasa harga sabun Shinzu'i lebih mahal dibanding dengan sabun merek lain.

Dari fenomena diatas menunjukkan bahwa jawaban responden atas beberapa pertanyaan dapat diketahui bahwa beberapa responden setuju dan beberapa lainnya tidak setuju dengan produk dan harga dalam melakukan keputusan pembelian sabun shizu'i. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden

cenderung tidak setuju atau tidak puas terhadap sabun shinzu'i, artinya produk sabun shinzu'i belum sepenuhnya di terima dan diminati oleh konsumen di Kecamatan Banyuasin III. Dengan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **Pengaruh Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian sabun Shinzu'i di Kecamatan Banyuasin III.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti maka, dapat diambil identifikasi masalah penelitian ini :

1. Adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sabun Shinzu'i di Kec. Banyuasin III ?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sabun Shinzu'i di Kec. Banyuasin III ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sabun Shinzu'i di Kec. Banyuasin III ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sabun Shinzu'i di Kec. Banyuasin III.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sabun Shinzu'i di Kec. Banyuasin III.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sabun Shinzu'i di Kec. Banyuasin III..

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru kepada peneliti dapat menerapkan pengetahuan yang telah didapat selama kuliah serta menambah pengalaman penulis dalam menyikapi fenomena dalam bidang pemasaran.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini dilakukan untuk menambah pembendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian, pemasaran dan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2018) *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Adriana (2019) dengan judul: pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sabun cuci attack pada PT.KAO Indonesia cabang Makassar. *Jurnal Economix* Volume 7 Nomor 1 Juni 2019.
- Afrilliana, N., Nurrahmi, M., & Hustia, A. (2022) Produk Pencuci Piring: Ditinjau berdasarkan Bauran Pemasaran Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11, issue 2 Juni, 2022, Page 167 – 176.
- Asiati, D. I., Dkk. 2019. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang: Perpustakaan Nasional Nasional Katalog Dalam Penelitian (KTD) Anggota IKKAPI (No.012/SMS13).
- Budi, R. T. P (2017), *Manajemen Pemasaran*, Denpasar
- Channah Asriyah dan Agus Frianto (2021) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy (Studi Konsumen di Pondok Pesantren Putri Salafiyah Syafi'iyah Al-Khoiriyah Hasyim Seblak Diwek Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation*, Vol. 3 No. 3, (2021).
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Firmansyah, Anang. (2019), *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, CV. Penerbit Qiara Media
- Habibah Ummu, Sumiati.(2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Bangkalan Madura. *Jurnal ekonomi dan bisnisha* 31-48, Volume 1 Nomor 1 Maret 2017.
- Hesti Sabrina (2017). Judul pengaruh harga dan emosional terhadap keputusan pembelian sabun Lifebuoy. *Jurnal Plans Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis* Volume 12 No. 2 November 2017.
- Indrasari, Meithiana. (2019), *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, & Amstrong. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Keputusan pembelian dan indikator manajemen Pemasaran* Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2017. *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran* Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.

- Malau, Harman (2017) *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Nurmin Arianto, Lia Asmalah, dan Feri Rahmat (2022) Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 05, No.2 / Februari 2022
- Hasan, Iqbal. (2012) *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Hasan, Iqbal. (2012). *Statistik I (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ecommerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Runtunuwu dan oroh (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alphabet.
- Taufan Hidayat (2020) Analisis pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Vol.17, No.2, (2020)
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Penerbit Andi.
- Top Brand. 2023. Top Brand Index Kategori Perawatan Pribadi
- Wijaya, Tony. (2018), *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks