

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION VASELIN PADA MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Putri Awang Perkasa

NIM : 212019229

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION VASELIN PADA MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Putri Awang Perkasa

NIM : 212019229

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Awang Perkasa

NIM : 212019229

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mnedapatkan gelar akademik Sarjana Stara 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini 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 di tulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2023



Putri Awang Perkasa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

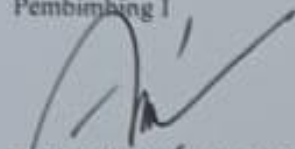
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Hand and Body Lotion Vaseline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Nama : Putri Awang Perkasa
Nim : 212019229
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, 2023

Pembimbing I


Yudha Mahpom DS,S.E., M.Si
NBM/NIDN : 777316/0221036902

Pembimbing II


Gumar Herudiansyah, SE., MM
NIDN : 0202039203

Mengetahui
Dekan
Fakultas Program Studi Manajemen



Dr. Zuleha Trihandayani, SE., M.Si
NIDN : 0220057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“kebaikan itu terdapat dalam lima hal; merasa cukup, menahan diri untuk menyakiti, mencari perkara yang halal, takwa, dan yakin kepada Allah.”

(Imam Syafi'i)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

Skripsi ini saya persembahkan:

- Bapak tercinta (Awang Fikri) dan Ibu tercinta (Evi Hartati)
- Kedua adik laki – laki saya (Gema Oktorishandi Supratman) dan (Aditya Putra Mandiri) dan tentunya keluarga besar yang selalu mendoakan
- Teman seperjuangan yang serta turut mendukung dan membantu



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 Produk, Harga, dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.” 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. Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada orang tua yaitu Bapak tercinta Awang Fikri dan Ibu tercinta Evi Hartati yang telah mendidik ku dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi serta banyak hal yang mereka perjuangkan sehingga sampai bisa menyelesaikan pendidikan ini.

Terima kasih juga 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 sebanyak – banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli,SE.,M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Yuda 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, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Gumar Herudiansyah S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing,memberikan arahan serta masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
5. Ibu Lesi Agusria S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membantu serta membimbing saya dari awal sampai dengan semester akhir.
6. Serta 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 memberi kelancaran administrasi.
7. Sahabat – sahabatku yang telah memberi suport selama mengerjakan skripsi ini dan Keluarga besar yang selalu mendoakanku.
8. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan skripsi ini.

Semoga Allah Swt membalas seluruh kebaikan yang telah diberikan selama 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.

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

Palembang, Februari 2023

Putri Awang Perkasa

212019229

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas 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 Lampiran	xiii
Abstrak	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusalan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS

A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Sebelumnya	23

C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	34
C. Operasionalisasi Variabel	34
D. Populasi Dan Sampling	35
E. Data Yang Diperlukan	37
F. Metode Pengumpulan Data	38
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian	47
B. Pembahasan penelitain	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	75
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand For Teens Index Hand and Body Lotion	5
Tabel 1.2 Hasil Prariset	6
Tabel 1.3 Hasil Wawancara Riset	6
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Peneliti Dengan Penelitian Sebelumnya	28
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel IV.1 karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	49
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	50
Tabel IV.4 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel IV.5 Jawaban Responden Variabel Produk	54
Tabel IV.6 Jawaban Responden Variabel Harga	57
Tabel IV.7 Jawaban Responden Variabel Promosi	59
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian, Produk, Harga, dan Promosi	61
Tabel IV.9 Hasil Uji Realibilitas	62
Tabel IV.10 Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel IV.11 Hasil Uji F (Simultan)	65
Tabel IV.12 Hasil Uji t (Parsial)	66
Tabel IV.13 Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	11
Gambar II.2 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
Gambar II.3 Kerangka Pemikiran	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 tabulasi

Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 6 Hasil Uji F, Uji t, koefisien Determinasi

Lampiran 7 Tabel R

Lampiran 8 Tabel F

Lampiran 9 Tabel t

Lampiran 10 Surat Keterangan Telah Melakukan Riset

Lampiran 11 kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 12 Sertifikat AIK

Lampiran 13 Sertifikat BAM

Lampiran 14 Sertifikat Komputer

Lampiran 15 Sertifikat SKPI

Lampiran 14 Sertifikat SPSS

Lampiran 15 Plagiarsm Cheker

ABSTRAK

Putri Awang Perkasa / 212019229 / 2023 / Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Pada penelitian ini, rumusan masalahnya yaitu adakah pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang menggunakan hand and body lotion Vaseline. Penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi. Hasil analisis uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil uji F menunjukkan ada pengaruh signifikan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada mahasiswi Fakultas Ekonomi. Hasil uji t menunjukkan ada pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada mahasiswi Fakultas Ekonomi. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh variabel produk, harga, dan promosi mampu berkontribusi terhadap keputusan pembelian dengan besarnya kontribusi yang disebabkan sebesar 50,5% sedang kan sisanya sebesar 49,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Produk, Harga, dan Promosi

ABSTRACT

Putri Awang Perkasa / 212019229 / 2023 / The Influence of Products, Prices, and Promotions on the Purchase Decision of Vaseline Hand and Body Lotion for Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang

In this study, the formulation of the problem was whether there was an effect of product, price and promotion on purchasing decisions of Vaseline hand and body lotion for female students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. The population in this study were female students who used Vaseline hand and body lotion. This research is a type of associative research, the sample used in this research is 100 respondents. The data used in this research is primary data. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, F test, t test and the coefficient of determination. The results of multiple linear regression analysis showed that there was a positive influence between product, price, and promotion on the decision to purchase Vaseline hand and body lotion for female students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. The results of the F test showed that there was a significant effect of product, price, and promotion on the decision to purchase Vaseline hand and body lotion for female students of the Faculty of Economics. The results of the t test showed that there was an effect of product, price and promotion on the decision to purchase Vaseline hand and body lotion for female students of the Faculty of Economics. The results of the coefficient of determination obtained by the product, price, and promotion variables can contribute to purchasing decisions with a contribution of 50.5%, while the remaining 49.5% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Purchase Decision, Product, Price, and Promotion

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Banyak bermunculan merek – merek baru di dunia persaingan kosmetik yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Pemasar di tuntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus berfokus pada disiplin nilai tertentu sesuai dengan perilaku konsumen, produk dan operasinya. Hal tersebut dibutuhkan pemasar untuk mampu bersaing dengan pemasar lain. Dengan memahami perilaku konsumen maka pemasar dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang – barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Sumarwan (2017:17) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen tersebut dan menyakinkan konsumen bahwa mereka

membutuhkan barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen.

Salah satu kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Secara umum perilaku konsumen merupakan suatu proses yang akan dilalui oleh seseorang atau juga organisasi dalam mencari, membeli, memakai, mengevaluasi dan juga membuang suatu produk ataupun jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi suatu kebutuhannya. Menurut Schiffan dan Kanuk dalam Abdurrahman (2018: 35) perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhannya.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, salah satu diantaranya adalah bauran pemasaran. Menurut Sumarwan (2017 :18) bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah sejumlah alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan – tujuan pemasarannya. Alat pemasaran yang sangat populer dibagi ke dalam empat kelompok yang dikenal dengan nama 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi), dan *promotion* (promosi atau komunikasi).

Produk adalah barang dan jasa yang memiliki kegunaan (tempat, waktu, bentuk dan pemilikan) yang ditawarkan oleh suatu usaha kepada konsumennya (Fatimah, 2015: 87).

Selain produk, harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Deliyanti Oentoro dalam Sudaryono (2016: 216) harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Promosi juga mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Sumarwan (2017: 19) promosi adalah bagaimana produsen menyampaikan pesan mengenai produk – produknya, sehingga konsumen mengenal produk dan dapat diyakinkan bahwa produk tersebut dibutuhkan konsumen dan dapat memberikan manfaat untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi konsumen.

Salah satu industri yang ada di Indonesia yaitu industri kecantikan. Saat ini banyak masyarakat khususnya para wanita yang ingin tetap terlihat cantik dengan kulit bersih, lembut, dan putih walaupun dengan berbagai kegiatan yang padat. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan hand and body lotion yang sesuai dengan tipe kulit para konsumen serta merek yang sudah terpecaya. Munculnya berbagai macam merek hand and body lotion di pasaran menyebabkan produsen saling bersaing dengan ketat. Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus mampu bertahan dan terus berkembang, dengan cara salah satunya melalui peningkatan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek produk perusahaan. Persaingan ketat ini juga membuat perusahaan

menciptakan keunggulan bersaing dengan melakukan inovasi terhadap produk – produk yang sudah ada dan bahkan menciptakan produk baru, salah satunya adalah produk “ Vaseline ”.

Vaseline merupakan salah satu merek hand and body lotion yang sudah ada di Indonesia. Vaseline diformulasikan untuk membantu, menjaga kelembaban, dan kesehatan kulit sebagai pelembab kulit (Unilever). Produsen dan pemasaran dari hand and body lotion Vaseline itu sendiri adalah PT Unilever Indonesia, Tbk. PT. Unilever Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang sudah berdiri lama di Indonesia dan bergerak dalam bidang produksi Sabun, Deterjen, Margarin, Minyak sayur, dan Makanan yang terbuat dari Susu, Es krim. Makanan dan minuman dari Teh, serta produk – produk kecantikan kulit seperti hand and body lotion.

Pada top brand award produk – produk dari merek vaselin tersebut bersaing dengan produk serupa dari merek Citra, Nivea, Marina, Body Shop, dan merek lainnya. Pada top brand produk vaselin menduduki rating yang tidak cukup memuaskan sehingga tingkat persaingan produk – produk tersebut terbilang sangat ketat, sebagaimana di tunjukan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Top Brand For Teens Index Hand and Body Lotion 2022

BRAND	TBI 2022	
Citra	34.4%	TOP
Nivea	24.8%	
Marina	18.5%	
Body shop	9.6%	
Vaseline	4.0%	

Sumber : <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/2022>

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa hand and body lotion Vaseline masih tertinggal jauh dengan hand and body lotion Citra. hand and body lotion Citra memimpin top brand pada tahun 2022 sebanyak 34.4%, disusul Nivea sebanyak 24.8%, Marina sebanyak 18.5%, Body Shop sebanyak 9.6%, sedangkan Vaseline berada pada urutan terendah sebanyak 4.0%.

Berdasarkan ulasan diatas untuk mengetahui lebih jelas merek hand and body lotion yang digunakan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Peneliti melakukan Pra riset kepada 30 responden yang merupakan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, Berikut hasil pra riset dari 30 responden yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2
Merek hand and body lotion yang digunakan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Merek	Jumlah
Marina	7
Nivea	6
Scarlet	6
Vaselin	5
Citra	2
Asfa	2
Sinzu'i	2
Jumlah	30

Sumber : Wawancara riset, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 dapat di ketahui bahwa Produk Vaselin masih berada di urutan ke empat dari tujuh merek produk yang digunakan oleh kalangan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Berikut hasil wawancara penulis terhadap 30 orang kenapa hand and body lotion Vaselin kurang disuka.

Tabel 1.3
Alasan Konsumen kurang menyukai hand and body lotion Vaselin

No	Pernyataan	Jumlah (Orang)
1	Kemasan kurang menarik	4
2	Aromanya kurang wangi	6
3	Susah diaplikasikan dikulit	3
4	Harganya mahal	12
5	Promosi yang kurang gencar dengan hand body lotion lain	5
	Jumlah	30

Sumber: Wawancara riset, 2023

1. Variabel Produk

Pernyataan tentang kemasan kurang menarik, susah diaplikasikan dikulit dan aromanya kurang wangi dibanding dengan hand and body lotion Marina, Nivea, Scarlet, Citra, Asfa dan Sinzu'i menggambarkan variable produk, memang kemasan dan aromanya kurang wangi itu tergantung dengan keinginan konsumen masing- masing.

2. Variabel harga

Pernyataan tentang harganya mahal dibanding dengan harga hand and body lotion lain seperti Marina, Nivea, Citra,Asfa, dan Sinzu'i juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli hand and body lotion Vaselin menggambarkan variabel harga.

3. Variabel promosi

Pernyataan tentang promosi yang kurang gencar dengan hand and body lotion lain, pada hand and body lotion Vaselin yang mengakibatkan konsumen kurang tertarik dan pindah ke hand and body lotion lainnya, menggambarkan variable promosi.

Berdasarkan hasil wawancara riset tersebut dapat diketahui bahwa produk Vaselin kurang diminati oleh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Maka dengan adanya permasalahan yang telah di jabarkan sebelumnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap

keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Apakah ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
4. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembeli hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Vaseline pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

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

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan atau referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Aprili Sugianto dan Sarli Rahman (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 7(2) : 174 – 184
- Agunawan Andis, M.Risal, & Halim Usman (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen* 5(1) : 25- 3
- Asiati, Diah Isnaini, dkk (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri
- Data Top Brand Hand and Body Lotion 2022 https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2022
- Dewi Rosa Indah, Iza Afalia, & Zenitha Maulida (2020) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Hand and Body Lotion* Vaseline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 11(1) : 83 – 94
- Fatimah, (2015). *Manajemen Koperasi*. Palembang: Univ.Muhamadiyah Palembang
- Firmansyah, A (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Firmansyah, A (2019). *Pemasaran Produk & Merek (Planning &Strategy)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Indrasari,M (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Limakrisna, N., dan Purba, T.P. (2019). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis Di Indonesia* (3 ed.). Bogor : Mitra Wacana Media
- Muhammad Syariful Anam, Dian Luthvita Nadila, Tara Ayu Nandita, & Rina Rosia (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus

Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 4(1) : 120 – 136

Moonti, U. (2015). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Interpena Yogyakarta

Pitanatri, P.D. (2019). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Bali: Politeknik Pariwisata Bali

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

Sudaryono, (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offret

Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen* (2 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia

Savitri, Ervita, Kholilah (2019). *Buku Ajaran Statistik 1*. Palembang: Univ. Muhammadiyah Palembang

Sekaran,U., dan Bogie, R. (2019) *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (1 ed.). Jakarta : Salemba Empat

Sekaran, U., dan Bogie, R. (2019) *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (2 ed.). Jakarta : Salemba Empat

Tjiptono, Fandy, dan Anatasia Diana. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, Anggota IKAPI.

Zikri Ulya Daud (2018, November). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Rumah Pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(2). Diakses 30 Oktober 2022, dari File : <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/articel/view/981/813>

Zuhriyah dan Safitri Ervita (2019). *Statistik 2*. Palembang: Asta Univ. Muhammadiyah Palembang

