

**PENGARUH MEREK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT WHITENING
DI KECAMATAN PLAJU KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Devi Fitria Amanda

NIM : 212019118

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

**PENGARUH MEREK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT WHITENING
DI KECAMATAN PLAJU KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Nama : Devi Fitria Amanda

NIM : 212019118

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devi Fitria Amanda

NIM : 212019118

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan
Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju
Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar Akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan 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



alembang,

2023

Devi Fitria Amanda

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

iii

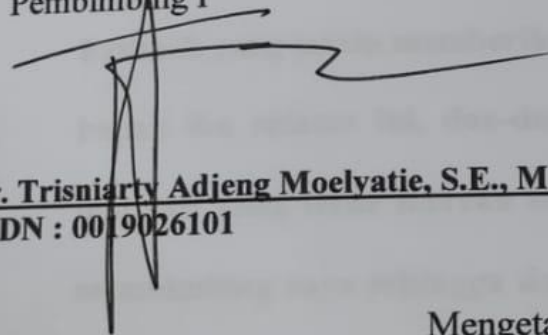
Judul : **Pengaruh Merek, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan
Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening Di Kecamatan
Plaju Kota Palembang**

Nama : Devi Fitria Amanda
NIM : 212019118
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada tanggal

Pembimbing I



Dr. Trisniarty Adjeng Moelvatie, S.E., M.M
NIDN : 0019026101

Pembimbing II



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN : 0226107001

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Seberat apapun, Allah tidak akan membebani hambanya melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah:286)

**“Sejauh apapun kamu melangkah, dan dimanapun kamu berada. Ingatlah!
Doa ibu selalu ada disetiap langkahmu. Kau harus berdiri lagi ketika terjatuh, kau harus tersenyum lagi ketika terluka. Karena bahagiamu adalah
bahagia orang tuamu”**

Halaman Persembahan :

- 1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Edi Sunanto dan Ibu Siti Fatimah yang selalu memberikan kasih sayang, support, pengorbanan bapak ibu selama ini, doa-doa yang terus mereka panjatkan serta motivasi yang terus mereka berikan dengan penuh rasa sabar terus membimbing saya sehingga dapat memberikan saya kekuatan untuk terus terus berjuang.**
- 2. Adik saya satu-satunya, Khoirul Muttaqin terimakasih atas dukungan, kasih sayang dan doanya.**
- 3. Almamater tercinta.**

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah rabbilalamin segala puji hanyalah milik Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang dengan tepat waktu. Sholawat serta salam kita haturkan semoga selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, ayahanda Edi Sunanto dan Ibunda Siti Fatimah selalu berusaha dengan semaksimal dalam hal mendukung, memotivasi, dan selalu mendoakan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Selesainya penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan, bantuan, motivasi dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah dengan sabar membimbing, mendidik dan memberikan arahan dan masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Keluarga tercinta terutama kedua orangtuaku dan adikku yang selalu mendoakan, terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya serta tak lupa juga keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.
6. Untuk seseorang yang berinisial WRS terima kasih sudah mendukung, memotivasi dan banyak berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabatku di Bandung, Alifia Nurensa yang telah menemani saya selama berkuliah meskipun berbeda universitas, yang selalu ada disaat saya membutuhkan bantuan, pendengar yang baik disaat saya mengeluh, yang sabar dalam menghadapi sikap saya yang terkadang menyebalkan, sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Sahabat perjuanganku Sri Lestari, Delsa Adeatma, Imelya Sandi, Mutiara Izza Saputri, Azim Azwa, Jaka Sastrio, Adis Miarti dan teman-teman yang lainnya yang telah menjadi semangat dalam perkuliahan selama ini.

9. Masyarakat di Kecamatan Plaju Kota Palembang seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca serta berbagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terimakasih.

Palembang, Februari 2023

Devi Fitria Amanda

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Sebelumnya	34
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41

A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Operasional Variabel.....	42
D. Populasi dan Sampel	43
E. Data Yang Diperlukan.....	45
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Merek produk body lotion yang di gunakan masyarakat di Kecamatan Plaju Kota Palembang	8
Tabel I.2 Alasan Masyarakat Membeli Produk Body Lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang	9
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	37
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk .	59
Tabel IV.4 Hasi Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel IV.5 Hasi Uji Validitas Variabel Merk (X1).....	61
Tabel IV.6 Hasi Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	62
Tabel IV.7 Hasi Uji Validitas Variabel Distribusi (X3).....	63
Tabel IV.8 Hasi Uji Reliabilitas	64
Tabel IV.9 Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel IV.10 Merek (X1)	68
Tabel IV.11 Harga (X2)	70
Tabel IV.12 Distribusi (X3)	73
Tabel IV.13 Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel IV.14 Hasil Uji F (F-test)	76
Tabel IV.15 Hasil Uji T (T-test)	77
Tabel IV.16 Hasil Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Penjualan Body Lotion Terlaris.....	6
Gambar II.1 Model Perilaku Pembeli	14
Gambar II.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	15
Gambar II.3 Kerangka Pemikiran	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 5 Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 6 Hasil Uji F

Lampiran 7 Tabel r

Lampiran 8 Tabel t

Lampiran 9 Tabel f

Lampiran 10 Surat Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 11 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 12 Sertifikat AIK

Lampiran 13 Sertifikat Komputer

Lampiran 14 Plagiarisme

Lampiran 15 Biodata Penulis

ABSTRAK

Devi Fitria Amanda/212019118/2023/Pengaruh Merek, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening Di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang, secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian Asosiatif. Populasi Infinite, Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *Purposive Sampling*. Jenis data yang digunakan data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner (angket). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang dikuantitatifkan. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan $Y = 3,035 + 0,209 X_1 + 0,173 X_2 + 0,331 X_3$. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh merek, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang. Hasil uji t menunjukkan ada pengaruh signifikan merek, harga, distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa besarnya sumbangan perubahan merek, harga dan distribusi 42,2% sedangkan sisanya 57,8% dijelaskan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : merek, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian

ABSTRACT

Devi Fitria Amanda/212019118/2023/The Influence of Brand, Price and Distribution on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Body Lotion in Plaju District, Palembang City.

This study aims to determine the effect of brand, price and distribution on purchasing decisions for Scarlett Whitening body lotion in Plaju District, Palembang City, simultaneously and partially. This type of research uses the type of associative research. Infinite population, the sample used is 100 respondents. The sampling technique used was Purposive Sampling. The type of data used is primary data. Data collection method used through a questionnaire(questionnaire). Data analysis in this study used qualitative data analysis which was quantified. Data processing techniques using multiple linear regression analysis, F test, t test, coefficient of determination. The results of this study show $Y = 3.035 + 0.209 X_1 + 0.173 X_2 + 0.331 X_3$. The results of simultaneous hypothesis testing show that there is an influence of brand, price and distribution on the decision to purchase Scarlett Whitening body lotion in Plaju District, Palembang City. The results of the t test showed that there was a significant effect of brand, price, distribution partially on the decision to purchase Scarlett Whitening body lotion in Plaju District, Palembang City. The results of the coefficient of determination show that the magnitude of the contribution of changes in brand, price and distribution is 42.2% while the remaining 57.8% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: brand, price and distribution on purchasing decisions

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini industri kosmetik sedang berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Perkembangan ekonomi, sosial, budaya dan teknologi telah mengubah gaya hidup dari fashion dan skin care menjadi berbagai produk kecantikan yang merupakan salah satu kebutuhan pokok wanita. Perkembangan di ketiga bidang tersebut telah menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia produk kecantikan atau kosmetik, yang tercermin dari semakin banyaknya produk kosmetik dari berbagai merek yang masuk ke pasar. Untuk bersaing, perusahaan harus terus berinovasi berdasarkan kebutuhan atau preferensi pelanggan. Produk perawatan ini mencakup perawatan kepala hingga ujung kaki. Produk yang ditawarkan mulai dari body wash, shampoo, kondisioner, perawatan tubuh hingga body lotion. Dengan berbagai inovasi produk, sudah sewajarnya menjadi salah satu pilar perusahaan di bidang kosmetik dan kecantikan. Banyak perusahaan yang menawarkan lebih dari satu produk, mulai dari produk mainstream hingga produk yang lebih langka (langka/jarang ditemukan) seperti: body lotion, produk ini banyak ditawarkan kepada konsumen dari berbagai latar belakang, merek kosmetik dan kecantikan, terutamanya konsumen perempuan.

Dalam dunia kecantikan seringkali kita menjumpai hal-hal negatif seperti produk non BPOM, oleh karena itu, kita harus berhati-hati dalam

memilih suatu produk. Seperti kata dr. Richard Lee penyamakan tubuh membuat beberapa kondisi kulit berbahaya. Hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut American Marketing Association 1960 dalam Assauri 2017, Pemasaran adalah hasil pertukaran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Penjualan tersebut juga mencakup kegiatan yang lebih substantif yang ditujukan untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan masyarakat melalui program reformasi. Pemasaran juga harus dapat memuaskan pelanggan jika ingin melanjutkan usahanya atau memiliki citra positif terhadap perilaku individu terhadap perusahaan. Bagian penting dari pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen menggambarkan perilaku individu dalam meneliti, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk yang dirancang untuk kebutuhan atau preferensi yang berbeda. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, yang pertama adalah faktor budaya yang terdiri dari budaya, subkultur dan kelas sosial. Kedua, faktor sosial yang terdiri dari kelompok afinitas, keluarga, peran dan status. Ketiga adalah faktor pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap kehidupan, situasi profesional dan keuangan, gaya hidup dan kepribadian. Dan yang keempat adalah faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, kognisi, belajar, keyakinan dan sikap. Setiap konsumen adalah orang yang berbeda karena dipengaruhi oleh banyak hal. Ini membedakan konsumen saat mereka bertindak selama perencanaan, pembelian, dan akhirnya evaluasi. Oleh

karena itu, mempelajari perilaku konsumen dalam pemasaran merupakan kajian yang sangat dinamis.

Beberapa pihak sangat mempengaruhi dan mengubah perilaku ini. Pertama, pemasar harus mampu membujuk konsumen dengan pola perilaku yang berbeda-beda dan mempelajari bagaimana mereka bersikap, bertindak dan berpikir. Dengan memahami perilaku setiap konsumen, pemasar dapat merencanakan strategi dengan lebih baik dan memahami kecenderungan konsumen untuk bertindak setelah menerima informasi. Kedua, organisasi pendidikan dan perlindungan konsumen, lembaga pendidikan, dan pemerintah juga memiliki kepentingan untuk mengetahui dan mempengaruhi perilaku konsumen di komunitasnya untuk mendidik konsumen dan membantu mereka membelanjakan lebih cerdas. Yang ketiga adalah ketertiban umum, saat ini banyak perusahaan besar dengan standar nasional yang dapat mempengaruhi konsumen dengan cara yang berbeda, tetapi ini membuka peluang bisnis yang kotor. Karena itu, konsumen mungkin tidak cukup percaya diri untuk mengkonsumsi. Karena sebagian besar konsumen tidak mengetahui bahwa produk itu aman kecuali produsen dan pemerintah bekerja sama untuk menjaga keselamatan orang.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal Nh Madinah 2017 berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah tindakan konsumen memilih untuk produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami perubahan preferensi konsumen dan dapat menawarkan insentif

untuk meningkatkan kemungkinan konsumen akan membeli produk atau layanan tertentu.

Menurut Fandy Tjiptono (2018), Merek mengacu pada deskripsi asosiasi konsumen dan kepercayaan pada merek tertentu. Merek itu sendiri memiliki gagasan tersendiri tentang citra produk di benak konsumen. Setiap orang memiliki citra merek yang sama. Persaingan yang semakin ketat di dunia industri saat ini menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan menyampaikan nilai-nilai yang menjawab kebutuhan konsumen individu dan keinginan konsumen untuk membina hubungan dengan merek. Kemudian konsumen mendapatkan kualitas yang konsisten dengan setiap pembelian.

Menurut Grewal dan Levy dalam buku Fndy Tjiptono (2015:290) Harga adalah pengorbanan total yang rela dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa tertentu. Moneter atau unit pengukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) ditukar dengan kepemilikan atau akses ke produk atau layanan. Harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen selama pembelian. Jika harga terlalu tinggi, produk yang bersangkutan tidak mudah dijangkau oleh target pasar tertentu atau bahkan keuntungan pelanggan rendah. Namun jika harga yang ditawarkan lebih rendah, maka perusahaan akan sulit mendapatkan kepercayaan dari konsumen akan kualitas yang baik, sehingga perusahaan akan sulit memperoleh keuntungan. Penetapan harga yang tepat sasaran merupakan faktor penting dalam keberhasilan jangka panjang dan jangka pendek suatu

perusahaan, sehingga harga dapat menjadi senjata strategis dalam persaingan yang efektif.

Setelah mencermati sisi produk dan harga, konsumen juga memperhatikan distribusi. Menurut Winardi (2019:299) Distribusi adalah sekelompok perantara yang berhubungan erat yang mendistribusikan produk kepada pembeli. Saluran distribusi adalah salah satu faktor terpenting dalam meyakinkan persepsi konsumen untuk membeli produk yang mudah diakses selama keputusan pembelian, memungkinkan bisnis untuk berkembang dengan pertumbuhan ekonomi dan populasi. Distribusi/lokasi dikatakan strategis jika berada di pusat kota, mudah dijangkau, tempat atau lokasi terlihat jelas dari jarak normal.

Jumlah berbagai produk perawatan tubuh atau kosmetik yang beredar di pasaran semakin hari semakin meningkat, dan produk perawatan tubuh yang diminati konsumen pun semakin meningkat. Perkembangan ini memunculkan berbagai macam kebutuhan dan semakin banyak inovasi di bidang kesehatan, gaya hidup, perawatan, kecantikan dan banyak lagi. Produk perawatan tubuh memiliki banyak jenis dan manfaat dari kepala hingga ujung kaki seperti sabun badan, sabun cair, sampo, kondisioner, lulur, body lotion yang memiliki banyak variasi dan manfaat. Tentu saja, ini mengarah pada fakta bahwa perusahaan terus berinovasi dan tidak hanya menawarkan produk dan opsi. Seperti halnya body lotion, produk ini juga ditawarkan oleh berbagai perusahaan kosmetik dan kecantikan dengan manfaat, rasa, dan variasi yang berbeda.

Brand lokal yang produknya saat ini banyak diminati oleh kalangan wanita yaitu Scarlett Whitening dimiliki oleh selebriti Indonesia Felicya Angelista yang didirikan pada tahun 2017. Scarlett Whitening memiliki beragam produk diantaranya produk perawatan tubuh, wajah dan rambut. Produk ini fokus untuk memutihkan dan mencerahkan kulit tubuh dan wajah. Produk ini sangat populer di kalangan remaja karena kemampuannya untuk memperbaiki tekstur kulit dan mencerahkan kulit. Produk Scarlett juga telah lulus uji Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan membawa logo Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia), sehingga aman untuk digunakan. Salah satu produk yang sering diperbincangkan atau digunakan para remaja adalah produk Scarlett Whitening Body Lotion.



Sumber : kompas.co.id

Gambar I.1 Data Penjualan Body Lotion Terlaris

Gambar diatas adalah informasi yang diperoleh dari hasil investigasi internal oleh tim KOMPAS terhadap toko online resmi dan tidak resmi. Scarlett Body Lotion masih menempati urutan kedua dari tujuh merek yang digunakan masyarakat.

Scarlett Whitening adalah perusahaan yang menjual produk berkualitas dan memiliki nilai lebih tinggi dari produk pesaing lainnya. Scarlett body cream adalah produk perawatan kulit luar. Manfaat Scarlett body lotion dengan pemakaian teratur dapat memutihkan, mencerahkan, melembabkan dan meratakan warna kulit secara efektif karena mengandung glutathione yang merupakan antioksidan terbaik dan membantu melindungi kulit saat bekerja di luar rumah seperti polusi udara, knalpot kendaraan, debu dan sinar matahari langsung, yang dapat mengiritasi dan membuat kulit menjadi kusam. Ini karena kulit remaja lebih sensitif dan kulit tubuh terhidrasi dan memutih sepenuhnya. Kualitas produk merupakan daya tarik penawaran pasar yang dianggap penting untuk pembelian dan menjadi faktor penentu kepuasan konsumen. Jika konsumen puas dengan kualitas produk itu sendiri, maka konsumen akan membeli kembali produk tersebut. Karena itulah Scarlett Whitening berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas yaitu body lotion yang membuat kulit lebih sehat, ternutrisi dan lebih cerah.

Berdasarkan ulasan di atas penulis melakukan pra riset untuk mengetahui beberapa merek yang digunakan masyarakat di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

Tabel I.1
Merek produk body lotion yang di gunakan masyarakat di Kecamatan
Plaju Kota Palembang

Merek	Jumlah	Persentase
Vaseline	8	26,67%
Nivea	6	20%
Marina	4	13,33%
Citra	4	13,33%
Scarlett	3	10%
Shinzui	2	6,67%
Natur-E	2	6,67%
Herborist	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber : Pra Survei (2022)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa produk scarlett masih berada di urutan ke-lima dari delapan merek produk yang digunakan oleh kalangan masyarakat di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

Berdasarkan pra survey di atas, berikut ini juga diperoleh hasil dari wawancara kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk body lotion scarlett whitening yang dijadikan pra riset oleh penulis dengan hasil indikator yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel I.2
Alasan Masyarakat Membeli Produk Body Lotion Scarlett Whitening di
Kecamatan Plaju Kota Palembang

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	Kualitas produknya bagus	17	13
2	Merek sangat mempengaruhi pembelian	14	16
3	Merek yang mempunyai ciri khas tersendiri	10	20
4	Harga produk body lotion scarlett terjangkau	9	21
5	Terdapat potongan harga/diskon	7	23
6	Banyak outlet terdekat	8	22
7	Produknya mudah didapatkan	10	20
8	Promosi rutin dan menarik	16	14

Sumber : Pra Survey (2022)

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas terdapat 30 konsumen yang pernah melakukan pembelian terhadap produk body lotion scarlett dan dapat diketahui beberapa pendapat konsumen yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk scarlett.

1. Pada pernyataan nomor 1 banyak responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa produk body lotion Scarlett memiliki kualitas produk yang baik.
2. Pernyataan nomor 2 dan 3 mewakili variabel merek, dimana dari 30 responden banyak tidak setuju dengan 2 pernyataan tersebut. Ini menunjukkan bahwa merek body lotion scarlett tidak terlalu berpengaruh

terhadap pembelian dan merek scarlett tidak mempunyai ciri khas tersendiri.

3. Pernyataan nomor 4 dan 5 mewakili variabel harga, dimana dari 30 responden banyak tidak setuju dengan 2 pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk scarlett masih dianggap mahal dan jarang ada potongan harga.
4. Banyak outlet terdekat dan produknya mudah didapatkan menggambarkan indikator variabel distribusi. Saluran distribusi yang baik sangat membantu dalam meningkatkan penjualan karena semakin baik distribusi produk maka semakin mudah bagi konsumen dan calon konsumen untuk menemukan produk tersebut. Pada pernyataan nomor 6 dan 7 menunjukkan bahwa outlet body lotion Scarlett tidak banyak dan produknya tidak mudah di dapatkan.
5. Pada pernyataan nomor 8 banyak responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa produk Scarlett melakukan promosi rutin dan menarik.

Berdasarkan hasil pra riset tersebut dapat diketahui bahwa Body Lotion Scarlett Whitening Hal ini kurang diminati oleh masyarakat di kecamatan Plaju kota Palembang. Maka, dengan melihat permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Merek, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh merek, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang ?
2. Adakah pengaruh merek terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang ?
4. Adakah pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh merek, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh merek, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett Whitening di Kecamatan Plaju Kota Palembang.

2. Bagi Almamater

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menginformasikan keputusan pembelian dan menambah buku ajar bagi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi & Bisnis untuk bahan penelitian yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar Rusydi, 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : ALFABETA
- Ambarwati, M., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Oriflame. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(8)
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136
- Asiati, Diah Isnaini, dkk 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis. Palembang* : Noer Fikri
- Ayuniah, P. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3)
- Ismayana, Sari, and Nur Hayati. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik PIXY." *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)* 10.2 (2018): 1-15
- Melati, M., & Septarina, A. A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Unaaha. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 12(1), 207-216
- Safitri Ervita & Kholilah 2018. *Statistik I*. Palembang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Tjiptono, F 2015. *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, F 2018. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, F & Diana Anastasia 2019. *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran*

dan Strategy. Yogyakarta : ANDI

Winardi, 2019. *Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)* : Bandung :

MANDAR MAJU

Yuliani Defi, 2017. Pengaruh Merek Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan

Pembelian Kosmetik Pixy Pada Borobudur Swalayan. *Jurnal Ekonomi-Manajemen*