

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI DI KECAMATAN  
PLAJU KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Nama : Fitria Anjelita  
NIM : 212019056**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

**Skripsi**  
**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI DI KECAMATAN PLAJU KOTA**  
**PALEMBANG**



**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada**  
**Progra Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**  
**Universitas Muhammadiyah Palembang**

**Nama : Fitria Anjelita**

**NIM : 212019056**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

**ii**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitria anjelita  
Nim : 212019056  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sari roti kota Palembang

Dengan Ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan 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 di cantumkan 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.

Palembang, Agustus 2023



Fitria Anjelita

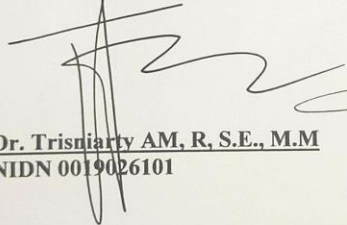
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan  
Pembelian Sari Roti Di Plaju Kota Palembang  
Nama : Fitria Anjelita  
NIM : 212019056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Juli 2023

**Pembimbing I,**

  
**Dr. Trisniarty AM, R, S.E., M.M**  
NIDN 0019026101

**Pembimbing II,**

  
**Amidi, S.E., M.Si**  
NIDN 0229056502

Mengetahui  
Dekan  
Ketua Program Studi Manajemen  
  
**Dr. Zatcha Trihandayani, S.E., M.Si**  
NIDN 0229057501

## **PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

“Cerita yang di mulai pasti ada akhirnya”

“Berbuat baiklah tanpa perlu alasan”

“Jadila diri sendiri dengan versi terbaik”

“Pantang mundur sebelum berhasil”

“Selalu berusaha untuk sukses”

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan,

Maka apabilah kamu telah selesai (dari suatu urusan),

Tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain)

-QS. Al-Insyirah : 6-7-

## PRAKATA



Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmatNYA penulisan skripsi dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah 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 ke dua orang tua Ayah Handoko & Ibu Yusnida yang do'a dan bantuannya secara moril maupun materil memiliki makna besar dalam proses ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Trisniarty AM,R, S.E.,M..M dan bapak Amidi, 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 :

- a. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

- b. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah beserta staf.
- c. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candera, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
- d. Ibu Dr. Trisniarty AM,R, S.E.,M..M dan bapak Amidi, S.E.,M.Si., S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
- e. Ibu Mardiana puspasari, S.E., M.M dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si yang berkenan memberikan telaah terhadap proposal dalam seminar usulan penelitian.
- f. Keluarga Besar yang selalu mendukung perkuliahan penulis dari awal hingga akhir.
- g. Irwansyah S.T yang selalu mensupport dari awal hingga akhir.
- h. Sahabat ku Bella Puspita dan Maulidiana 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, Agustus 2023

**Fitria Anjelita**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	10
1. Landasan Teori.....	10
2. Penelitian Sebelumnya.....	24
B. Kerangka Pemikiran.....	28



C. Hipotesis .....	30
--------------------	----

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Operasionalisasi Variabel .....	32
D. Populasi dan Sampel.....	32
E. Data yang Diperlukan .....	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	36

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	63

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	70
B. Saran .....	71

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Pra Riset Keputusan Pembelian .....	7
Tabel II.1	Perbedaan dan Persamaan Penelitian .....	27
Tabel III.1	Variabel, Definisi Dan Indikator .....	32
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel IV.3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel IV.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel IV.5	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan .....	51
Tabel IV.6	Identitas Responden Berdasarkan Lama Memakai Produk .....	51
Tabel IV.7	Keputusan Pembelian (Y) .....	52
Tabel IV.8	Produk (X1) .....	53
Tabel IV.9	Harga (X2).....	55
Tabel IV.10	Promosi (X3) .....	57
Tabel IV.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel IV.12	Hasil Uji F (Simultan) .....	61
Tabel IV.13	Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	61
Tabel IV.14	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	11
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Jadwa Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Hasil uji validitas dan reliabita
- Lampiran 5 : hasil uji f, uji t, dan uji r, koefisien determinasi
- Lampiran 6 : tabel r
- Lampiran 7 : tabel f
- Lampiran 8 : tabel t
- Lampiran 9 : Biodata Peneliti
- Lampiran 10 : Sertifikat Gojek
- Lampiran 11 : Sertifikat Telkomsel
- Lampiran 12 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 13 : sertifikat aplikasi komputer
- Lampiran 14 : sertifikat komputer bisnis
- Lampiran 15 : sertifikat AIK
- Lampiran 16 : Surat Keterangan Selesai riset
- Lampiran 17 : kartu bimbingan
- Lampiran 18 : jurnal

## ABSTRAK

**Fitria Anjelita / 212019056 / 2023 / Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Kecamatan Plaju Kota Palembang.**

Penelitian ini bertujuan 1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang. 2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang. 3. Untuk mengetahui harga terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang. 4. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dengan variabel yang di gunakan adalah kepuasan pembelian (Y), produk (X1), harga (X2), promosi (X3). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang di ambil secara *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga dan promosi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sari Roti di kecamatan Plaju kota Palembang. Sedangkan dalam uji secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.**

## ABSTRACT

***Fitria Anjelita / 212019056 / 2023 / Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Kecamatan Plaju Kota Palembang.***

*This study aims 1. To determine the effect of product, price and promotion on the decision to purchase cider bread in Plaju district, Palembang. 2. To determine the effect of the product on the decision to buy cider bread in the Plaju district of Palembang. 3. To find out the price of the decision to buy cider bread in Plaju Palembang sub-district. 4. To find out the promotion of the decision to buy cider bread in Plaju Palembang sub-district. This type of research is associative, with the variables used are purchase satisfaction (Y), product (X1), price (X2), promotion (X3). The number of samples in this study were 100 respondents who were taken by purposive sampling. The data used is primary data with data collection methods using questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, hypothesis testing F and t, coefficient of determination. The results of this study indicate that product, price and promotion simultaneously have a significant influence on the purchasing decision of Sari Roti in Plaju district, Palembang city. Whereas in the partial test the product has a significant effect on purchasing decisions, price has a significant effect on purchasing decisions, promotion has a significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Product, Price, Promotion, Purchase Decision.***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli sesuatu. Salah satu hal dimana orang sangat hati-hati dan teliti sekali dalam memilih dan membeli adalah ketika membeli makanan. Zaman dulu orang membeli makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, ini terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dua hal inilah yang menjadi prioritas utama dalam membeli makanan. Mereka tidak begitu memikirkan kandungan gizi dan nutrisi yang terkandung didalam makanan yang mereka beli. Akan tetapi akhir-akhir ini kecenderungan masyarakat kita dalam membeli makanan adalah memperhatikan rasa, gizi yang terkandung dalam makanan tersebut sebagai kualitas produk yang dipertimbangkan, baru kemudian memikirkan harga. Oleh karena itu, roti banyak menjadi pilihan untuk makanan ringan, dimana dari segi rasa, roti menawarkan cukup banyak rasa yang ditawarkan dan enak, dari segi gizi juga memenuhi kebutuhan gizi manusia, dari segi harga, roti mudah dijangkau semua kalangan masyarakat.

Banyak masyarakat saat ini yang sibuk dengan aktivitasnya sehingga mereka melupakan sesuatu yang penting bagi dirinya, makan adalah salah satu hal yang tidak boleh ditinggalkan karena makan merupakan proses penambahan energi yang digunakan untuk melakukan pekerjaan sehari - hari. Makanan yang praktis dan

mudah dibawa saat ini menjadi primadona dikalangan masyarakat, salah satu makanan itu adalah roti. Roti memiliki karakteristik sebagai makanan pokok karena roti mengandung karbohidrat yang tinggi. Konsumen akan memperoleh kalori sebagai sumber energi yang cukup dengan mengkonsumsi roti. Banyak masyarakat yang mengkonsumsi roti sebagai makanan pengganti nasi karena kandungan gizi yang terkandung tidak jauh berbeda, namun mereka tidak mengetahui apakah roti tersebut diproduksi secara bersih (hygienic) atau tidak. Semua itu terletak pada proses produksi dan kemasan pada produk yang dipasarkan.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2017:166) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen digunakan sebuah perusahaan untuk menganalisa konsumen. Perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan membuat produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan (Malau, 2018:217).

Banyak faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, diantaranya adalah bauran pemasaran Kotler dan Keller (2017:222) yang terdiri dari *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Menurut Kotler (2017:69) 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.

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah perlengkapan media bagi marketer yang terdiri dari berbagai komponen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sukses, yang meliputi 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) (Abubakar, 2018:12)

Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk. Produk adalah suatu barang nyata yang dapat terlihat atau berwujud dan bahan dapat dipegang yang dirancang untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Malau 2018:31). Produk yang memiliki kualitas baik dari segi kemasan, bentuk dan rasa yang menarik dapat membuat konsumen melakukan pembelian. Produk (*product*) merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar yang dapat digunakan, dikonsumsi dan dimanfaatkan oleh konsumen Serta dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk tidak hanya berupa barang yang dapat dilihat oleh mata, tetapi juga berupa jasa seperti pelayanan, tempat, dan juga bentuk bentuk perbaikan.

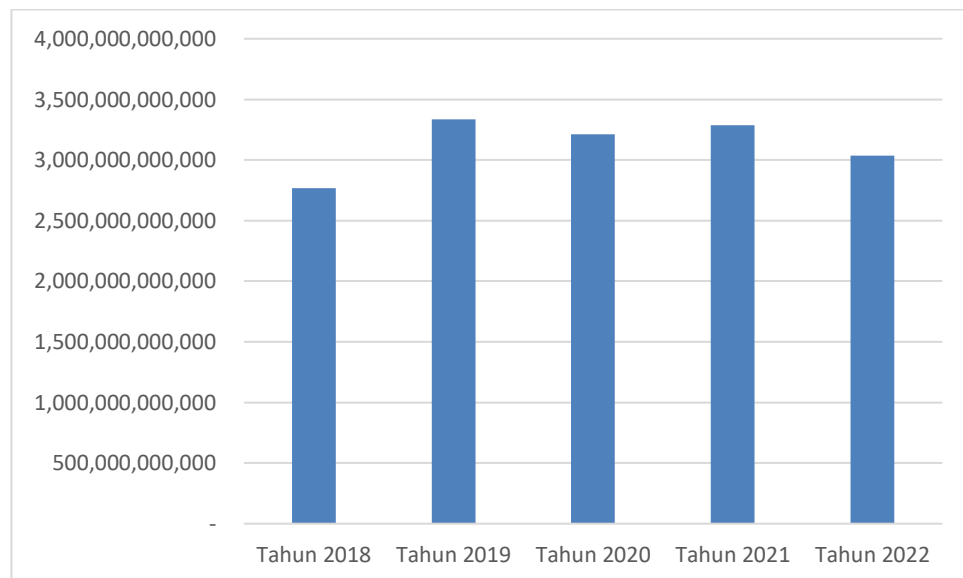
Faktor kedua yaitu harga juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk. Harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain, produk yang dapat ditukar dipasar (Malau, 2018:125). Harga yang di tawarkan harus sesuai dengan kualitas produk tersebut tentunya konsumen akan tertarik membeli produk tersebut demikian sebaliknya. Harga (*price*) merupakan suatu hal yang penting dalam

pemasaran, Karena harga dapat mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Selain itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sangat fleksibel, yang artinya harga suatu produk dapat diubah menyesuaikan dengan pasar.

Faktor ketiga selain produk, dan harga. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah yang dibeli pelanggan serta membuat konsumen puas sehingga melakukan pembelian kembali (Malau, 2018:103). Dalam pelaksanaannya perusahaan sering kali harus bekerja sama dengan berbagai perantara guna menawarkan produknya kepasar.

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis menjadi sangat ketat, termasuk dalam industri bakery. Di Indonesia, perkembangan yang pesat pada industri ini disebabkan karena tingginya permintaan konsumen dalam produk roti. Roti saat ini bukan hanya dilihat sebagai makanan sampingan, melainkan sudah menjadi makanan pokok bagi sebagian masyarakat Indonesia, terutama bagi sebagian masyarakat perkotaan. Bahkan di kalangan dewasa dan anak-anak, produk roti mulai menggeser posisi nasi sebagai sumber karbohidrat utama. Simple and instant food, mungkin itu sebutan karena dapat langsung dikonsumsi dan tidak susah untuk menemukan produk roti yang ingin dikonsumsi. Mengonsumsi roti dianggap lebih praktis bagi pola hidup masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dan aktif.

Salah satu roti yang sudah lama di kenal masyarakat di Palembang yaitu roti sari roti produk yang di hasilkan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk yang beralamat di Jl. Kerani Ahmad No.Km. 18, Sukamoro, Kecamatan Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan yang mulai berdiri di Palembang pada tahun 2013 , Berbagai macam merek roti yang ada tidak membuat sari roti kalah bersaing, sari roti tetap diminati oleh konsumen walaupun dengan persaingan yang ketat dengan produk lainya seperti roti boy, roti dodo dll. Berikut data penjualan Sari Roti selama 2018-2022 :



Sumber : Laporan Keuangan Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI)

**Grafik I.1**  
**Penjualan Sari Roti 2018-2022**

Berdasarkan data laporan penjualan oleh PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) menunjukkan bahwa penjualan produk sari roti sudah terbilang cukup baik hanya saja mengalami fluktuasi setiap tahunnya seperti pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup besar dan kemudian terjadi kembali hingga tahun 2022, hal ini tentunya menyebabkan juga terjadinya penurunan pada

pendapatan atau laba perusahaan. Penyebab turunya penjualan yaitu berasal dari kurang minatnya daya beli konsumen terhadap produk sari roti, hal ini bisa disebabkan berbagai fakto uyang mempengaruhinya seperti dari produk itu sendiri, harganya yang relatif terjangkau atau tidak dan promosi yang dilakukan produsen untuk mengenalkan produk sari roti.

Selain itu Sari roti mempunyai fenomena diantaranya keputusan pembelian yaitu produk sari roti hanya mempunyai sedikit varian sehingga membuat konsumen lebih tertarik dengan produk roti lain yang memiliki varian lain yang lebih menarik. Harga produk sari roti di jual dengan harga yang mahal sehingga membuat kurang minatnya pembelian produk sari roti di Palembang. Promosi yang dilakukan dan diberikan kurang mempengaruhi dan menarik konsumen sehingga konsumen lebih tertarik dengan promosi produk roti lainnya. Fenomena lainnya yaitu kualitas produk yang diberikan perusahaan sari roti kurang memuaskan karena produk sari roti cepat kadaluwarsa.

Menindak lanjuti informasi yang diperoleh, maka penulis melakukan riset awal kepada 30 orang sebagai responden yang ada dikecamatan Plaju Palembang untuk mengetahui harga, promosi distribusi, dan produk terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Peaju Palembang dan berikut adalah hasil wawancara yang dilakukan kepada 30 orang responden di kecamatan Plaju Palembang yang pernah melakukan pembelian sari roti. Hasil wawancara dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut ini :

**Tabel I.1**  
**Data Pra Riset Keputusan**  
**Pembelian Sari Roti di kecamatan Plaju**

No	Keputusan Pembelian	Setuju	Tidak
1	Memutuskan untuk membeli Sari Roti berdasarkan minat.	10	20
2	Membeli Sari Roti karena memiliki merek makanan roti yang terkenal	10	20
Produk		Setuju	Tidak
1	Produk Sari Roti diproduksi sudah sesuai dengan kualitas yang baik	9	21
2	Produk Sari Roti memiliki daya tahan lama untuk dikonsumsi	8	22
Harga		Setuju	Tidak
1	Harga Sari Roti terjangkau di bandingkan produk roti pesaing lainnya	12	18
2	Harga Sari Roti dapat bersaing di pasar dengan produk roti pesaing lainnya	13	17
Promosi		Setuju	Tidak
1	Sari Roti sering melakukan periklanan agar menarik minat beli	7	23
2	Sari Roti memberikan potongan harga lebih banyak di bandingkan produk pesaing	8	22

Sumber: Hasil Survei,(2023)

Tabel I.1 terlihat beberapa permasalahan yang terjadi pada masyarakat kecamatan Plaju mengenai Sari Roti yang dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil prariset banyak konsumen beranggapan tidak mengenai membeli Sari Roti berdasarkan minat beli dari konsumen itu sendiri, tidak memilih Sari Roti karena mereknya sudah lama terkenal. Berdasarkan pertanyaan yang sesuai indikator-indikator dari keputusan pembelian telah terjadi permasalahan.

Berdasarkan hasil prariset banyak konsumen beranggapan tidak mengenai produk Sari Roti diproduksi sudah sesuai dengan kualitas yang baik bagi konsumen dan tidak mengenai Produk Sari Roti memiliki daya tahan lama untuk dikonsumsi. Berdasarkan pertanyaan yang sesuai indikator-indikator dari produk telah terjadi permasalahan.

Berdasarkan hasil prariset banyak konsumen beranggapan tidak mengenai harga yang ditawarkan Sari Roti relative terjangkau daripada pesaing lainnya dan Harga yang ditawarkan Sari Roti belum dapat bersaing dengan pesaingnya. Berdasarkan pertanyaan yang sesuai indikator-indikator dari harga telah terjadi permasalahan.

Berdasarkan hasil prariset banyak konsumen beranggapan tidak mengenai Iklan Sari Roti dilakukan sangat gencar diberbagai media cetak, dan elektronik untuk menarik minat beli konsumen dan Sari Roti tidak memberikan potongan harga lebih banyak di bandingkan produk pesaing. Berdasarkan pertanyaan yang sesuai indikator-indikator dari promosi telah terjadi permasalahan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Kecamatan Plaju Palembang.**

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini:

1. Adakah pengaruh produk, harga dan Promosi terhadap kepuasan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang?.
2. Adakah pengaruh produk terhadap kepuasan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang?

4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sari roti do kecamatan Plaju Palembang?

### **C. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang?
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang?
3. Untuk mengetahui harga terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang?
4. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian sari roti di kecamatan Plaju Palembang?

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Peneliti dapat memberikan gambaran praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya teori pembelajaran maupun pengetahuan di bidang manajemen

2. Bagi Almamater

Dapat menjadi bahan referensi sebagai bahan pertimbangan jika melakukan penelitian yang serupa untuk masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Achmad, S. H., & Gusnadi, D. (2018, September). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pastry Bakery (Study Kasus Pada Toko Havana Bandung). In *National Conference of Creative Industry*.
- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Pengaruh atribut produk, kualitas produk dan promosi, terhadap keputusan pembelian mobil merek honda di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64-72.
- Alma, Buchari (2020), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Asiati, D. I., dkk. (2019) *Metedologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Cardoba, D., Rahma, D., & Anugerah, R. (2020). Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Indomaret (Studi Pada Minimarket Indomaret Mayjend Sungkono No. 99 Malang). *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 1(2), 23-33.
- Hasan, Iqbal (2017). *Statistik II*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kothler, Philip, Amstrong. (2018). *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Malau, Harman (2017) *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Monica, A., & Bahrin, K. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kue bay tat chanaya di kota bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 174-182.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Setyawati, Y., Saga, R., Dujya, A. B., & Amni, F. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti di Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(2), 143-148.
- Suciarto, S., Widyanto, M., & Untari, R. (2018). Pengaruh Customer Based Brand Equity (CBBE) Merek Snack Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pelajar di



Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. *JEMAP*.

Sugiyono .(2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen (Terori dan Pnerapannya dalam Pemasaran)*. Edisi kedua. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.

Tjiptono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*, Yogyakarta: Andi.

Tjiptono,Fandy & Diana, Anastasia. (2020). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta