

**PRODUK, PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI PEMUTIH
CITRA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Skripsi



Usulan Penelitian

Nama : Firmansyah

Nim 212018242

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TAHUN 2024**

**PRODUK, PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI PEMUTIH
CITRA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Skripsi

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



Nama : Firmansyah

Nim 212018242

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TAHUN 2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Firmansyah
NIM : 212018242
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Metodologi Penelitian : Produk, Promosi dan Saluran Distribusi
Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian
Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah 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 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 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 2024



Firmansyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap
Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Palembang
Nama : Firmansyah
NIM : 212018242
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Mei 2024

Pembimbing I,

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

Pembimbing II

Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN : 0203026701

Mengetahui,
Dekan

u. b. Kelua Program Studi Manajemen



Dr. Zegha Triandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229037561

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

(QS Al Baqarah:286)

“Never give up because beautiful things can be born from misery, be patient and keep fighting”

“ KAPAN SKRIPSIMU SELESAI?”

Terlambat lulus atau tidak tepat waktu bukan sebuah kejahatan, bukan sebuah aib.

Alangkah kerdilnya jika mengukur kepintaran seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baik skripsi adalah skripsi yang selesai? Baik itu selesai tepat waktu maupun tidak tepat waktu.

Firmansyah

PERSEMBAHAN:

- ❖ Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orang tua saya Ayah Darwis Juanidi dan Ibu Sarimah Ketika dunia menutup pintunya pada saya, Ayah dan Ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya. Ketika

orang-orang menutup telinga untuk saya, mereka berdua membuka hati untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku.

- ❖ Kepada teman-teman saya kasih telah memberikan dukungan dan semangat yang tak pernah hentinya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- ❖ Kepada Pembimbing Skripsi Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M terima kasih telah sabar membimbing saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- ❖ Sahabat-sahabat teman seperjuanganku
- ❖ Almamater Hijau Kebanggaanku
- ❖ Dan ku persembahkan Skripsi ini untuk yang selalu bertanya:

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan RahmatNya sehingga tugas akhir yang berjudul Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Sumber daya manusia merupakan suatu hal yang penting dalam pembangunan ekonomi. Apabila menginginkan Negara Indonesia maju seperti Negara lain maka perlu adanya pengembangan sumber daya manusia yang berkompeten dimulai dari sekarang. Entah itu dimulai dari sistem pendidikan dimulai dari usia dini sampai ke perguruan tinggi dan harus membuat mereka bisa berinovasi dan memiliki kompetensi yang mencukupi untuk dapat bersaing dengan negara lain.

Dalam menyelesaikan Tugas akhir ini tentu banyak didapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih terutama kepada Ayah, Darwis Junaidi dan Ibu Sarimah yang telah memberikan doa, motivasi, kasih sayang yang tiada henti kepada saya.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

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

3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II dan sebagai dosen pembimbing akademik yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Kepada seluruh responden yang telah membantu dalam penyusunan skripsi saya, tanpa responden skripsi saya tidak selesai.
7. Keluarga tercinta yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.
8. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2018 yang telah memberikan do'a serta dukungan.
9. Kepada sahabat-sahabatku tersayang yang telah memberikan do'a serta dukungan dalam skripsiku, kalian bukan sekadar sahabat tapi kalian seperti keluargaku.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

***Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot Wassalamu'alaykum
Warohmatullahi Wa Barokatuh.***

Palembang, Februari 2024

Firmansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN TANDA 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	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka	8
B . Penelitian Sebelumnya	17
C . Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26

A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Operasionalisasi Variabel.....	27
D. Populasi dan sampel	28
E. Data yang Diperlukan.....	30
F. Metode Pengumpulan Data	30
G. Analisis Data dan Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
A. Simpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand	4
Tabel I.1 Prariset Wawancara	4
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya.....	21
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	42
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Produk	42
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Promosi	43
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Distribusi	44
Tabel IV.5 Hasil Uji Reabilitas	44
Tabel IV.6 Variabel Keputusan pembelian	48
Tabel IV. 7 Variabel Produk... ..	50
Tabel IV. 8 Variabel Promosi	52
Tabel IV. 9 Variabel Distribusi	54
Tabel IV.10 Regresi Linier Berganda	56
Tabel IV.11 Hasil Uji F.....	57
Tabel IV.12 Hasil Uji T.....	58
Tabel IV.13 Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR II.1 Kerangka Pemikiran.....	24
GAMBAR IV.1 Karakter Responden Jenis Kelamin.....	45
GAMBAR IV.2 Karakter Responden Angkatan.....	45
GAMBAR IV.3 Karakter Responden Prodi.....	46
GAMBAR IV.4 Karakter Responden Penggunaan.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Jadwal Penelitian
- Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3. Tabel Tabulasi
- Lampiran 4. Uji validitas dan Reabilitas
- Lampiran 5. Regresi Linier Berganda Uji F Dan Uji T
- Lampiran 6. Tabel Distribusi f
- Lampiran 7. Tabel Distribusi t
- Lampiran 8. Tabel Distribusi r
- Lampiran 9. Sertifikat SPSS
- Lampiran 10. Sertifikat Komputer
- Lampiran 11. Sertifikat Aplikasi Pengantar Komputer
- Lampiran 12. Sertifikat AIK
- Lampiran 13. Sertifikat Magang
- Lampiran 14. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 15. Turnitin
- Lampiran 16. Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 17. Biodata Penulis
- Lampiran 18. Jurnal

ABSTRAK

Firmansyah/212018242/2024/ Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Populasi penelitian ini bersifat. dengan sampel yang di ambil sebanyak 69 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuisioner dan. Tehnik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, Hasil uji F menunjukkan pengaruh signifikan antara Produk, Promosi dan Saluran Distribusi, Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil uji Hipotesis t secara parsial menunjukkan pengaruh signifikan antara Produk, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Kata Kunci: Produk, Promosi, Saluran Distribusi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Firmansyah/212018242/2024/ Products, Promotion and Channel Distribution Influence the Decision to Purchase Citra Whitening Bath Soap among Students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang

This research aims to find out how products, promotions and channel distribution influence the decision to purchase Citra whitening bath soap among students at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Palembang. The type of research used is associative. The population of this study is. with a sample taken of 69 respondents with a sampling technique using Purposive Sampling. The data used in this research is primary data. The data collection method used was through questionnaires and. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the F test show a significant influence between Product, Promotion and Distribution, on Purchasing Decisions for Citra Whitening Bath Soap among Students at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang. The results of the partial Hypothesis t test show a significant influence between Product, Promotion and Distribution on Purchasing Decisions for Citra Whitening Bath Soap among Students at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang.

Keywords: Product, Promotion, Channel Distribution and Purchasing Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

Indrasari (2019: 4) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau penukaran antara produsen dengan konsumen.

Indrasari (2019: 66) Salah satu kajian pemasaran yang tidak kalah penting adalah tentang keputusan pembelian, keputusan pembelian ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian sesuatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran 4P adalah perangkat alat yang digunakan oleh pemasar untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran (Kotler, 2016: 18). Sedangkan menurut Swastha (dalam Cardia, dkk, 2019: 19) *Marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

Tingkat persaingan di Indonesia semakin ketat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat inilah yang dapat mengakibatkan tiap perusahaan berlomba-lomba untuk dapat memenangkan persaingan dalam mempertahankan konsumen yang lama.

Masyarakat Indonesia khususnya pada putri dan putra ingin memiliki kulit putih dan sehat. Bagi mereka memiliki kulit putih terlihat cantik dibanding memiliki kulit yang kusam dan berwarna sawo matang. Kenyataannya warna asli kulit masyarakat Indonesia adalah sawo matang. Berbagai cara perawatan kecantikan mereka lakukan, mulai dari datang ke klinik kecantikan, dokter spesialis kulit, dan tertarik dengan tawaran iklan-iklan seperti di televisi.

Citra menjadi salah satu brand alat alat pembersih badan yang terkenal di Indonesia. Produknya dapat dipercaya orang Indonesia lantaran cocok dengan daerah daerah tropis. Citra Body Wash Natural White hadir dengan menawarkan perawatan kulit yang dapat menghadapi penggelapan warna pada kulit. Citra Body Wash Natural White dibuat dari bahan bahan rempah Indonesia. Diextrak dari bahan bahan seperti bengkoang, susu, dan beras, sabun pemutih ini mampu membuat kulit kita terlihat lebih cerah dan bersih. Untuk pengguna yang memiliki kulit kering, sangat cocok menggunakan produk ini.

perusahaan PT. Unilever Indonesia dalam rangka memperkenalkan produk-produkbaru dengan varian yang berbeda dengan menggunakan merek yang telah ada. Berkaitan dengan pengeluaran produk baru tersebut, Unilever menggunakan merek yang sudah mapan pada kategori *hand body lotion*, pelembab wajah, *facial foam*, dan sabun mandi yaitu salah satunya merek Citra. Citra diketahui sebagai merek kecantikan dengan bahan-bahan alami

dari warisan kuat budaya Indonesia, dan telah beredar di Indonesia selama lebih dari 20 tahun.

Citra dikenal pertama kali sebagai merek *Hand & Body Lotion* tetapi beberapa tahun belakangan ini telah memperluas merek ke segmen lain seperti Sabun Cair, *Body Scrub*, Pembersih Wajah dan Pelembab Wajah. Ini dilakukan karena merek Citra dikenal sebagai salah satu produk perawatan kulit yang sudah terkenal dan di tambah dengan bintang-bintang iklan ternama (www.unilever.co.id).

Di dalam tampilan produk Citra ternyata banyak memikat para remaja untuk menggunakan produk Citra tersebut. Keunggulan produk Citra yang menjadikan kulit lebih bersih, cerah, halus, wangi dan harganya relatif terjangkau. Sabun Citra ini pertama diluncurkan dengan sabun batang, yaitu Citra Bengkoang *White Milk Bath* dan Citra Teh Hijau *Refreshing Bath*. Unilever melakukan ekstensifikasi merek dengan menggunakan merek yang sudah ada pada kategori produk baru yaitu sabun cair merek Citra. Dengan adanya produk baru merek citra konsumen diharapkan masih memiliki persepsi yang sama terhadap *hand body lotion* dan sabun batang pada sabun cair yang tergolong produk baru. Konsumen atau bahkan pasar secara keseluruhan memberikan perhatian, minat, keinginan, mungkin pembelian terhadap sabun mandi cair merek Citra.

Dari hasil Top Brand Award 2023 sabun mandi Pemutih Citra berada pada posisi ke 4 dapat di lihat dari tabel dibawah ini:

Tabel I.1
Top Brand Sabun Pemutih 2023

No	Brand	TBI	Tahun 2023
1	Shinzui	53,60%	TOP
2	Dove	13,60%	TOP
3	Pepaya	13,40%	
4	Citra	13,40%	

Sumber: topbrand-award.com, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat sabun Shinzui berada pada urutan pertama, kemudian sabun Dove berada pada urutan kedua, dan sabun Pepaya berada pada urutan ketiga, sedangkan sabun Citra pada urutan keempat.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari hasil survey responden Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Peneliti bertanya kepada 15 orang, Berdasarkan prodi manajemen, 10 orang prodi akuntansi, dan 5 orang prodi bisnis digital. Ketika ditanya lebih lanjut mengapa tidak menggunakan sabun Citra, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel I.2
Alasan Mahasiswa Tidak Menggunakan Sabun Mandi Pemutih Citra

No	Pernyataan	Jumlah Orang
1.	Aromanya yang kurang wangi dan segar	3
2.	Informasi produk yang disampaikan tidak sesuai dengan kualitas produk	3
3.	Iklan di media sosial tidak pernah dilihat konsumen	6
4.	Kurangnya komunikasi promosi terhadap Konsumen	4
5.	Sabun mandi citra tidak selalu tersedia	7
6.	Sabun mandi pemutih Citra tidak mudah didapatkan	7
Jumlah		30 responden

Sumber : Hasil Pra riset Wawancara 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Produk

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pernyataan mahasiswa, aromanya yang kurang wangi dan segar, informasi produk yang disampaikan tidak sesuai dengan kualitas produk menggambarkan indikator variabel produk (*product*). Dalam pemasaran produk (*product*) sangat berperan penting karena berkaitan dengan konsumen, apabila kualitas produk baik tentu saja akan banyak diminati oleh konsumen.

2. Variabel Promosi

Dari tabel I.2 diatas dapat dilihat bahwa pernyataan mahasiswa desain kemasan kurang menarik, iklan di media sosial tidak pernah dilihat konsumen, dan kurangnya komunikasi promosi terhadap konsumen menggambarkan indikator variabel promosi (*Promotion*). Dalam pemasaran promosi (*promotion*) merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi konsumen untuk membeli maupun menggunakan produk.

3. Variabel Saluran Distribusi

Dari tabel I.2 diatas dapat dilihat bahwa pernyataan konsumen Sabun mandi citra tidak selalu tersedia, dan Sabun mandi pemutih Citra tidak mudah didapatkan menggambarkan indikator variabel

Saluran Distribusi. Dalam pemasaran Saluran Distribusi merupakan komponen yang dipakai untuk menyalurkan sebuah produk

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Adakah Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Adakah Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Adakah Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui Produk, Promosi dan Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Untuk mengetahui Saluran Distribusi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pemutih Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Peneliti dapat memberikan gambaran praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

2. Manfaat bagi almamater

Sebagai bahan masukan untuk menambahkan salah satu sumber referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya terhadap kajian sejenis

Daftar Pustaka

- Alfityanto, & Djumarno. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Customer (Studi Pada PT.Berri Indosari. *Jurnal SWOT, Vol.2*, 302-319.
- Arinastuti, & Safitri, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Mandi Lifebuoy Pada Ibu Rumah Tangga di Desa Purwokerto lor Kabupaten Banyumas. *Majala Ilmia Manajemen dan Bisnis (MIMB), Vol.18*, 20-27.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualita Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman, Vol.5*, 14-23.
- Asiati, D. I., Fitriah, W., Safitri, E., & Nurahmi, M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri.
- Afriliani, S., Safina, W. D., & Rukmini. (2022). Pengaruh BrandA Awareness dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Lifebuoy di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. *Jurnal Eduecor Universitas Balikpapan, Vol.5*, 78-87.
- Ansari, H., Harnida, M., & Risnawati. (2021). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Mandi Lifebouy di Kecamatan Gambut. *Jurnal Manajemen 61201*, 1-7.
- Cardia, D. R., Santika, W., & Respati, N. (2019). Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen, Vol.8*, 1-20.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan promosi Terhadap Keputusan pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol.7*, 17-32.
- Frontier. (2023, Agustus 13). *Top Brand Award*. Retrieved Desember 13, 2023, from topbrand-award.com: <http://topbrand-award.com>
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD.Anisa Kecamatan Telukdalam kabuoaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmia Mahasiswa Nias Selatan, Vol.4*, 297-308.
- Indra, E., Wijaya, E., & Abi, Y. I. (2023). Pengaruh produk, distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Dettol di Mini Market El-jhon Sawah Lebar. *Jurnal Ekombis Review-Jurnal Ilmia Ekonomi dan Bisnis, Vol.11*, 867-876.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali
- Kotler., & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Listighfaroh, M. I. (2019). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra Surabaya*, 1-17.
- Nazmi, H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Furing Prima Pada PT.Biru Indokon. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, Vol.6, 79-88.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga, Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *KINERJA*, Vol.14, 16-23.
- Prawira, E. Y., & Sukardi. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Masyarakat Kota Yogyakarta. *Jurnal Fokus*, Vol.9, 64-75.
- Rugaya, S. (2019). Pengaruh Perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo di Kota Makassar. *Jurnal mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM*, 1-20.
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Jurnal Universitas Islam Riau* , 1-12.
- Sonyoto, D. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service)
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Uniliver, I. (2024, April 24). *Kami Uniliver Indonesia*. Retrieved Desember 12, 2024, from [www.unilever.co.id: https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2024/kinerja-unvr-q1-2024-unilever-indonesia-catat-laba-bersih-14-triliun-ekspansi-margin-kotor-dan-peningkatan-volume/](https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2024/kinerja-unvr-q1-2024-unilever-indonesia-catat-laba-bersih-14-triliun-ekspansi-margin-kotor-dan-peningkatan-volume/)