

**PENGARUH PRODUK, HARGA, *DIGITAL MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *BODY LOTION* NIVEA DI KECAMATAN
SUKARAMI KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Yohlanda Auliyah

Nim : 212022275

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK, HARGA, *DIGITAL MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *BODY LOTION* NIVEA DI KECAMATAN
SUKARAMI KOTA PALEMBANG**

**Untuk Menyusun Skripsi pada Program Strata Satu
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Yohlanda Auliyah
Nim : 212022275**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2026**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yohlanda Auliyah

NIM : 212022275

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian *Body Lotion* Nivea Di Kecamatan Sukarami 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 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 pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan 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 diperguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2026



Yohlanda Auliyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, *Digital Marketing* Terhadap Keputusan
Pembelian *Body Lotion* Nivea Di Kecamatan Sukarami Kota
Palembang
Nama : Yohlinda Auliyah
NIM : 212022275
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, April 2026

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



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

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S. E., M.Si., CHRO.

NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PEMBAHASAN

Motto:

“ Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra'd ayat 11)

“ Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(QS. Al-Azhab:41)

Persembahan:

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada:

- ❖ Kedua orang tua saya yang tercinta, Sukarman dan Reni Ariani yang selalu melangitkan doa-doa baik dan memberikan dukungan dengan penuh cinta serta kasih sayang kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.
- ❖ Saudaraku (Prayoga Ramadhan dan M. Agil Triyadi) yang sudah memberikan semangat serta kasih sayang kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi.
- ❖ Bapak Amidi S.E., M.Si. dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan II yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dukungan, serta banyak membantu saya dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahirrabil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Produk, Harga, Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang" dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Ayahanda Sukarman dan Ibunda Reni Ariani yang telah merawat, mendidik, mendoakan, dan memberikan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya 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 Trihandayani, S.E., M.Si., CHRO. dan Bapak Dr. Mister Candra S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah.
4. Bapak Amidi S.E., M.Si. dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan II yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dukungan, serta banyak membantu saya dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Responden *Body Lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.
7. Cinta Pertamaku, ayahanda tersayang Sukarman, terimakasih sudah menjadi orang tua yang baik dan bertanggung jawab bagi penulis, terimakasih sudah merawat, mendidik, dan membesarkan penulis hingga sekarang, terimakasih sudah menjadi kepala keluarga yang pekerja keras serta selalu memprioritaskan keluarga dari segi kasih sayang hingga finansial. Terimakasih untuk doa-doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis, berkat doa dan dukungan ayahanda, penulis bisa berada di titik ini, sehat selalu, panjang umur, dan bahagia selalu.
8. Pintu Surgaku, ibunda tersayang Reni Ariani, terimakasih sudah melahirkan, merawat, mendidik, serta membesarkan penulis hingga detik ini. Terimakasih sudah menjadi penyemangat penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, terimakasih sudah memberikan dukungan dan doa yang tak henti ibunda panjatkan kepada penulis. Terimakasih ibunda, doaku agar dirimu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
9. Adikku, Prayoga Ramadhan dan M. Agil Triyadi, terimakasih sudah menjadi adik yang baik, yang selalu ada dihati penulis, terimakasih atas segala dukungan yang diberikan kepada penulis. Terimakasih, doaku agar kalian menjadi anak yang baik, sehat selalu, panjang umur dan bahagia selalu.
10. Seluruh keluarga tercinta, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
11. Teruntuk teman-teman seperjuangan dari awal perkuliahan, Elsa Merlica, Aprilia Santika, Rizky Kurniawan, Andrian Trisna, Dian, Raka Sefriansyah, Riri Fatria, Salsabila Andori, Nova Talia, dan Karina AJ yang selalu memberikan bantuan, semangat, dukungan, dan motivasi bagi penulis. Terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan selama di bangku perkuliahan.

12. Teruntuk teman-teman (CM Y) yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih menjadi bagian dari perjalanan penulis mulai dari semester 3 hingga sekarang.
13. Teruntuk teman-temanku, Rahma Dania, Pasha Efrila, Ferdi, terimakasih sudah menjadi teman seperjuangan dari himpunan hingga sekarang.
14. Teruntuk teman-teman Himpunan Program Studi Manajemen, terimakasih sudah memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis.
15. Terimakasih kepada pihak Kecamatan Sukarami Kota Palembang, karena sudah memberikan izin penelitian disana.
16. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, dan memberikan dukungan kepada peneliti, dalam menyelesaikan proposal ini.
17. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri, Yohlanda Auliyah. Terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Skripsi ini mungkin tidak sempurna, tetapi proses ini menjadi pengalaman bagi penulis yang penuh makna dan pembelajaran pribadi yang mendalam. Terimakasih sudah bertahan hingga saat ini.

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 Sabilil Haq, Fastabikul Khairot

Wassalamu'alaykum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, April 2026

Yohlanda Auliyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
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.....	9
A. Kajian Pustaka	9
B. Penelitian Sebelumnya.....	16
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi Penelitian.....	23
C. Operasionalisasi Variabel	23
D. Populasi dan Sampel	24
E. Data yang Diperlukan	25
F. Metode Pengumpulan Data.....	26
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Penelitian.....	37
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data <i>Top Brand Body Lotion</i> 2025.....	3
Tabel I. 2 Pra Penelitian <i>Body Lotion Nivea</i> Tahun 2025.....	4
Tabel III. 1 Operasional Variabel.....	23
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	42
Tabel IV.2 Hasil Uji Reabilitas.....	43
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	45
Tabel IV.6 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
Tabel IV.7 Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel IV.8 Variabel Produk	48
Tabel IV.9 Variabel Harga.....	49
Tabel IV.10 Variabel Digital Marketing	51
Tabel IV.11 Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel IV.12 Hasil Uji F.....	54
Tabel IV.13 Hasil Uji t.....	55
Tabel IV.14 Uji Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Perilaku Konsumen	9
Gambar II. 2 Kerangka Pemikiran	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Jadwal Penelitian	70
Lampiran Sistematika Penyusunan	71
Lampiran Kuesioner.....	72
Lampiran Rekapitulasi	75
Lampiran Uji Validitas & Reliabilitas Keputusan Pembelian	87
Lampiran Uji Validitas & Reliabilitas Produk.....	88
Lampiran Uji Validitas & Reliabilitas Harga	89
Lampiran Uji Validitas & Reliabilitas Digital Marketing.....	90
Lampiran Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, Koefisien Determinasi	99
Lampiran Tabel F.....	100
Lampiran Tabel t	103
Lampiran Tabel r.....	104
Lampiran Lembar Perbaikan Skripsi	105
Lampiran Hasil Turnitin.....	106
Lampiran Surat Keterangan Selesai Riset.....	117
Lampiran BPP	108
Lampiran Kartu Aktivitas Bimbingan.....	109
Lampiran Sertifikat	110
Lampiran Biodata Penulis	118

Abstrak

Yohlinda Auliyah / 212022275 / 2026 / Pengaruh Produk, Harga, Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga, Digital Marketing secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian *Body Lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang. Dalam penelitian ini menggunakan 100 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi dari *top brand index*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi. Hasil analisis Regresi Linier Berganda (Produk, Harga, *Digital Marketing*) memiliki koefisien regresi positif artinya Produk, Harga, *Digital Marketing* berpengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil Uji F yang menunjukkan $F_{hitung} 50,757 > F_{tabel} 2,14$ dan $Sig.F 0,000 < 0,1$ maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Produk, Harga, *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Body Lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang. Hasil Uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} 2,904 > t_{tabel} 1,661$, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} 3,384 > t_{tabel} 1,661$, dan *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} 4,223 > t_{tabel} 1,661$. Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,601 (60.1%) sedangkan sisanya sebesar 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Produk, Harga, Digital Marketing, Keputusan Pembelian

Abstract

Yohlanda Auliyah / 212022275 / 2026 / The influence of Product, Price, Digital Marketing on the decision to purchase Nivea body lotion in the Sukarami subdistrict of Palembang City.

This study aims to determine the simultaneous and partial effects of product, price, and digital marketing on the purchase decision of Nivea body lotion in Sukarami District, Palembang City. This study used 100 samples. The sampling technique used was purposive sampling. This study was associative in nature. The data used were primary and secondary data. The data collection techniques used in this study were questionnaires and documentation from the top brand index. The data analysis techniques used were Multiple Linear Regression, F-test, t-test, and Coefficient of Determination. The results of the Multiple Linear Regression analysis (Product, Price, Digital Marketing) had a positive regression coefficient, meaning that Product, Price, and Digital Marketing had a positive effect on Purchase Decisions. The F test results show that Fcount 50.757 > Ftable 2,14 and Sig.F 0.000 < 0.1, so it can be stated that there is a significant effect of Product, Price, and Digital Marketing on the purchase decision of Nivea Body Lotion in Sukarami District, Palembang City. The results of the t-test show that the product has a significant effect on purchasing decisions because the t-value of 2.904 > t-table 1.661, price has a significant effect on purchasing decisions because the t-count value of 3.384 > t-table 1.661, and digital marketing has a significant effect on purchasing decisions because the t-count value of 4.223 > t-table 1.661. The results of the coefficient of determination show that the adjusted R-square value is 0.601 (60.1%), while the remaining 39.9% is influenced by other variables not included in this study.

Kata Kunci : Product, Price, Digital Marketing, Purchasing Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dalam dunia usaha. Dalam situasi perkembangan *digital* saat ini, pemasaran menjadi faktor utama untuk meningkatkan penjualan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Peran pemasaran dalam masyarakat juga terasa dalam setiap kehidupan sehari-hari, karena kegiatan pemasaran tidak terlepas dari berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Pemasaran adalah salah satu fungsi yang dilakukan perusahaan agar tetap hidup, tumbuh berkembang, dan mendapatkan keuntungan. Menurut Abubakar (2022:3) pemasaran adalah suatu sistem yang meliputi berbagai kegiatan bisnis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelaku bisnis melalui proses penciptaan dan pertukaran yang saling mendukung.

Perilaku konsumen merupakan salah satu kajian dalam pemasaran. Perilaku konsumen mencakup hal yang menjadi dasar bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli sesuatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2021:110) perilaku konsumen adalah studi tentang cara individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, ide, atau pengalaman agar memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan dasar bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan oleh seseorang secara langsung untuk memutuskan membeli suatu produk dari penjual. Menurut Indrasari (2019:70) keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Ayesha Dkk (2022:16) dalam keputusan pembelian terdapat salah satu variabel yang penting dalam usaha untuk memasarkan dan menjual produk yaitu *digital marketing*, karena kemajuan perkembangan teknologi yang menghasilkan kecenderungan *trend* bisnis semakin bervariasi dalam memutuskan keputusan pembelian. Namun dalam keputusan pembelian ini, ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu rangsangan dari perilaku konsumen. Faktor tersebut mencakup produk itu sendiri dan harga yang ditawarkan oleh penjual, serta cara penjual memperkenalkan produknya melalui *digital marketing*.

Keputusan pembelian tidak dapat terlepas dari bagaimana produk ditawarkan, sehingga menjadi pertimbangan dalam pembelian produk. Menurut Anggipora dalam Abubakar (2022:31) produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar agar mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan, yang memenuhi keinginan atau kebutuhan pembeli. Bagi pelaku pemasaran, produk adalah bentuk fisik dari barang yang ditawarkan. Produk dinilai penting oleh konsumen dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yang diambil telah melalui pertimbangan biaya yang harus dikeluarkan. Menurut Kotler dalam Abubakar (2023:44) harga adalah jumlah uang yang dikenakan untuk memperoleh suatu produk. Harga

merupakan nilai yang dibayar oleh pembeli sebagai pertukaran atas manfaat yang diperoleh dari suatu produk.

Meskipun harga merupakan elemen penting dalam menarik minat konsumen, upaya pemasaran tidak akan optimal tanpa dukungan *digital marketing* yang tepat. Menurut Ayesha, dkk (2021:29) digital marketing adalah platform yang digunakan oleh pengusaha, investor, perusahaan berbasis produk, dan unit lainnya untuk mempromosikan produk yang mereka tawarkan serta mencapai jangkauan calon pembeli melalui media *digital* sebagai sarana komunikasinya.

Body lotion salah satu produk perawatan kulit yang biasanya dimiliki oleh kebanyakan masyarakat. Fungsi *body lotion* adalah untuk memberi kelembapan dan kelembutan kulit di seluruh tubuh. *Body lotion* Nivea adalah salah satu merek yang dipasarkan oleh PT Beiersdorf Indonesia, perusahaan yang memiliki pabrik di Malang, Jawa Timur. Berikut ini terdapat *top brand body lotion* pada tahun 2025:

Tabel I. 1
Data Top Brand Body lotion 2025

Nama Brand	TBI
Citra	26.90
Marina	18.60
Vaseline	15.50
Nivea	9.40
Emeron	6.40

Sumber: <https://www.topbrand.award.com/top.brand.index>, Desember 2025

Berdasarkan *top brand* di atas menunjukkan bahwa Citra menempati urutan pertama yang memimpin *top brand* pada tahun 2025 yaitu 26.90%, Marina menyusul di urutan kedua yaitu 18.60%, kemudian Vaseline berada di urutan ketiga yaitu 15.50%, Nivea berada di urutan keempat yaitu 9.40% yang menyebabkan masih tertinggal dari 3 *top brand* lainnya, sedangkan Emeron menempati urutan kelima dan terakhir di *top brand* yaitu 6.40%.

Tabel I. 2

Pra Penelitian *Body lotion* Nivea Tahun 2025

No	Pernyataan	Ya	Tidak
Keputusan Pembelian			
1	Memilih <i>body lotion</i> Nivea karena melembabkan kulit dan ringan diaplikasikan diseluruh tubuh	9	21
2	Melakukan pembelian <i>body lotion</i> Nivea ketika berada di toko kosmetik daerah sukarami	6	24
3	Merekomendasikan <i>body lotion</i> Nivea kepada teman/keluarga	5	25
4	Memutuskan membeli Nivea tepat pada saat tanggal gajian atau saat menerima uang saku di awal bulan	23	7
5	Memutuskan membeli lebih dari satu botol Nivea sebagai stok di rumah	26	4
Produk			
6	<i>Body lotion</i> Nivea memiliki berbagai varian	8	22
7	Desain kemasan Nivea menarik dan mudah digunakan	7	23
8	<i>Body lotion</i> Nivea memiliki aroma yang harum dan tahan lama	9	21
9	Nivea memiliki citra sebagai merek perawatan kulit yang terpercaya	21	9
Harga			
10	Harga <i>body lotion</i> terjangkau	5	25
11	Manfaat yang diperoleh sebanding dengan harga yang ditawarkan	6	24
12	Harga <i>body lotion</i> Nivea lebih bersaing dibandingkan produk lain	9	21

13	Tekstur <i>body lotion</i> Nivea yang digunakan terasa seperti produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan harganya	20	10
Digital Marketing			
14	Sering menemukan informasi <i>body lotion</i> Nivea di media sosial	9	21
15	Pernah berkomentar/bertanya tentang	5	25
16	<i>Review online</i> tentang Nivea menyakinkan saya	8	22
17	Penggunaan <i>influencer</i> dalam konten <i>digital</i> Nivea membuat proses pencarian informasi produk menjadi lebih menyenangkan	23	7
18	Konten pemasaran Nivea pernah memberikan informasi hiperbola sehingga memicu keraguan untuk membeli	22	8
19	Konten Nivea di media sosial memberikan informasi yang lengkap mengenai produk untuk jenis kulit	24	6

Sumber: Hasil Pra Riset Penulis Di Kecamatan Sukarami Kota Palembang, Desember 2025

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada *body lotion* Nivea di kalangan masyarakat Kecamatan Sukarami Kota Palembang. Permasalahan tersebut terjadi akibat banyaknya kekurangan yang terdapat pada *body lotion* Nivea.

1. *Body lotion* Nivea susah diaplikasikan di tubuh, sulit menemukan varian *body lotion* di daerah Kecamatan Sukarami, kurangnya rekomendasi tentang *body lotion* Nivea, sehingga memunculkan indikator dari keputusan pembelian.
2. Sedikit varian, desain kemasan susah diaplikasikan, aroma mudah hilang, sehingga memunculkan indikator dari produk.

3. Harga mahal, manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan harga, harga lebih mahal dibandingkan *body lotion* pesaing, menggambarkan indikator dari harga.
4. Informasi mengenai *body lotion* sulit ditemukan, kurangnya melihat konten *marketing body lotion* Nivea, review online sulit dipercaya, sehingga memunculkan indikator dari variabel *digital marketing*.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa produk Nivea masih tertinggal serta memiliki kekurangan dibandingkan dengan produk *body lotion* pesaing. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka judul penelitian ini yaitu **Pengaruh Produk, Harga, Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Body lotion Nivea Di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh yang signifikan produk, harga, *digital marketing* terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh yang signifikan produk terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukamari Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang?

4. Adakah pengaruh yang signifikan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka penelitian dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis: pengaruh produk, harga, *digital marketing* terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis: pengaruh produk terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis: pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis: pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian *body lotion* Nivea di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, maka penulis mengetahui praktek dari teori yang telah di peroleh selama perkuliahan, khususnya dalam mata kuliah konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat menambah informasi, wawasan, serta dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti sebelumnya, khususnya penelitian yang memiliki topik yang relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusyadi. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Agustin, S. L., & Mirza, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand & Body Lotion Marina. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(3), 19-35.
- Aini, W. N. (2025). Pengaruh Product Quality, E-WOM, Price Perception terhadap Purchase Decision Produk Hand & Body Lotion Marina di Kota Surabaya (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Aryani, Menik. Analisis *Digital Marketing* Pada H0tel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian dan Pengembangan Di Bidang Administrasi Pendidikan* Vol 4 No 1 (2021) : Hal 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6il.4085>.
- Asiati, Diah Isnaini. Fitriah, Wani. Safitri, Ervita. Nurrahmi, Maftuhah. Choiriyah. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri.
- Ayesha, Ivonne., Dkk. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang : PT Global Eksekutif Teknologi.
- Hasan, M, Ikkal. (2015). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hasan, M, Ikkal. (2017). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi *Digital Marketing* Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali.
- Kotler, Philip. Kartajaya, H. Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 : Moving From Traditional To Digital*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Manglo, Satti Bergita. Saleh, Muhammad Yusuf. Suriani, Seri. (2021). *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*. Sulawesi Selatan : Pusaka Almada.

- Nurhalizah, L. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hand & Body Lotion Nivea (Studi Pada Pengguna Produk Hand & Body Lotion Nivea di Surabaya) (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Putri, S. J., Iswati, I., & Fitriyasari, A. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suvo Body Lotion Di Kota Surabaya. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(3), 173-182.
- Saputri, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Lotion Nivea.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tegowati., Dkk. (2024). *Pengembangan Produk*. Jawa Tengah : Eureka Media Aksara
- Wulandari, Anna., & Mulyanto, Heru. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Jawa Barat : PT. Kimshafi Alung Cipta
- Zusrony, Edwin. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang : Yayasan Prima Agus Teknik.