

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PT TUNAS
BARU LAMPUNG (TBL) PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh:

NOPITA SARI

NPM:2101110007

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2025

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nopita Sari
Nomor Pokok/NIRM : 2101110007
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK PT TUNAS BARU
LAMPUNG (TBL) PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 11 Februari 2025.....Pembimbing I : Firdaus Sianipar, SE., M.M.
NIDN: 0203066401

Tanggal 8 Februari 2025.....Pembimbing II : Nur Effen, SE., M.M.
NIDN: 0202076102

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ketua Prodi Manajemen



Dr. Msy. Mikial., S.E., M.Si.Ak., CA., CSRS
NIDN: 0205026401

Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN: 0226028303



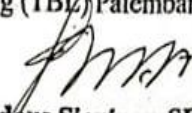
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nopita Sari
Nomor Pokok/NPM : 2101110007
Jurusan / Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Varian
Produk, Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Produk PT. Tunas Baru
Lampung (TBL) Palembang

Penguji Skripsi
Tanggal 8.12.2025

Ketua Penguji


Firdaus Sianipar, SE., MM
NIDN : 0203066401

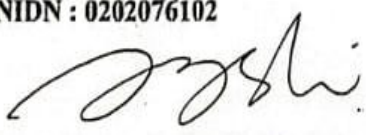
Tanggal 8.12.2025

Penguji I


Nur Effen S.E.M.M
NIDN : 0202076102

Tanggal 8.12.2025

Penguji II


Hj. Agustina Marzuki, SE., M.Si
NIDN : 0008086502

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

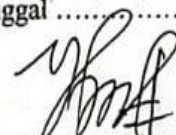
Tanggal



Dr. Hj. Msy. Mikial., S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal


Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN : 0226028303



HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

*“Semua jatuh bangunmu hal biasa, angan dan pertanyaan waktu menjawabnya,
berikan tenggat waktu bersedilah secukupnya, rayakan perasaan mu sebagai
manusia”*

(Baskara Putra-Hindia)

Kupersembahkan kepada:

- ❖ ALLAH SWT
- ❖ Terima kasih kedua orang tua saya, Ayahku yang bernama (Muhammad Rita) dan ibuku (Ama Anderi Yanti), yang tak pernah lelah mendoakan, membimbing, dan memberikan dukungan materi maupun moril, pengorbanan kalian adalah inspirasi terbesar dalam hidup saya.
- ❖ Terima kasih kepada adik ku yang bernama (Rahmad) atas dukungan dan kebersamaan yang senantiasa menemani.
- ❖ Seluruh keluarga besar, atas doa dan dukungannya.
- ❖ Terima kasih karya ini juga kupersembahkan untuk sosok istimewa, yang hadir dalam diam namun selalu ada, yang tak pernah lelah memberikan semangat saat aku hampir menyerah, yang tak menuntut apa-apa, tapi selalu percaya aku mampu.
- ❖ Terima kasih Bapak/Ibu dosen pembimbing (Bapak Firdaus Sianipar, S.E.,M.M dan ibu Nur Effen, S.E.,M.M).
- ❖ Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan, atas canda tawa, semangat, dan dukungan yang tak pernah padam, kita telah melewati banyak hal yang bersama
- ❖ Terima kasih Almamater kebanggaanmu.
- ❖ Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, sulit bisa bertahan sampai titik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun seringkali putus Asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement.

HALAMAN PERTANYAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nopita Sari
Tempat/Tgl Lahir : Teluk Tenggirik, 16 Juni 2003
NIM : 2101110007
Angkatan : 2021
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PT
TUNAS BARU LAMPUNG (TBL) PALEMBANG**

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 14 Juli 2025

Penulis



Nopita Sari

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh Kualitas produk, Varian Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT Tunas Baru Lampung (TBL) Palembang”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat utama untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

Dengan penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan banyak terimakasih yang ditunjukkan kepada :

1. Bpk Prof.Dr .Ir.H. Edizal AE. M.S selaku rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy Mikial, SE,M.Si,AK,CA,CSRS selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si selaku ketua program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
4. Bpk Firdaus Sianipar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Nur Effen, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan ibu dosen Universitas Tridianti Palembang yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
7. Kepada PT. Tunas Baru Lampung (TBL) dan staf-staf yang terlibat dan telah memberikan izin untuk meneliti dengan memberikan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku beserta keluarga dan calon masa depan saya, yang saya cintai.
9. Teman-teman seperjuangan dan sahabat-sahabat terbaik lainnya yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

10. Almamater kebangganku.

Penulisan menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan sehingga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik dan setimpal kepada semua pihak yang dengan susah payah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukannya.

Palembang, Juni 2025
Penulis,

Nopita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERTANYAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Tahapan Keputusan Pembelian	13
2.1.4 Dimensi Keputusan Pembelian	15
2.1.5 Indikator Keputusan Pembelian	16

2.2 Pengertian Varian Produk.....	17
2.2.1 Dimensi Varian Produk	19
2.2.2 Indikator Varian Produk	20
2.3 Pengertian Harga	21
2.3.1 Cara Penetapan Harga	22
2.3.2 Dimensi Harga	24
2.3.3 Indikator Harga	24
2.4 Pengertian Kualitas Produk.....	26
2.4.1 Strategi Pengembangan Kualitas Produk	27
2.4.2 Dimensi Kualitas Produk	27
2.4.3 Indikator Kuallitas Produk	28
2.5 Penelitian Relevan.....	30
2.6 Kerangka Berfikir.....	34
2.7 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	36
3.1.1 Tempat Penelitian	36
3.1.2 Waktu Penelitian	36
3.2 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.2.1 Sumber Data.....	37
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3 Populasi Sampel dan Sampling.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3 Sampling	41
3.4 Rancangan Penelitian	43
3.5 Variabel Dan Definisi Operasional.....	44

3.5.1 Variabel Penelitian	44
3.5.2 Definisi Operasional.....	45
3.6 Instrumen Penelitian.....	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Uji Validitas.....	48
3.7.2 Uji Reabilitas.....	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	50
3.7.3.1 Uji Normalitas	50
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	50
3.7.3.3 Uji Heterokedasitas	51
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	52
3.7.5 Uji Korelasi	53
3.7.6 Uji Hipotesis	54
3.7.6.1 Uji Simultan (Uji F)	54
3.7.6.2 Uji Parsial (Uji T).....	55
3.7.6.3 Koefisien Determinasi	56
3.8 Langkah Kerja	58
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	59
4.1.2 Bidang Usaha	59
4.1.2.1 Visi dan Misi Perusahaan	60
4.1.1.3 Struktur Organisasi.....	61
4.1.3 Definisi Profil Indentitas Responden	61
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	64
4.3.1 Hasil Uji Validitas	64
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	69

4.3.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
4.1.4 Analisis Koefisien Korelasi.....	75
4.4.1 Hasil Uji F	77
4.4.2 Hasil Uji T	77
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.5 Pembahasan.....	79
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT Tunas Baru Lampung (TBL) Palembang	79
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	80
4.5.3 Pengaruh Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.5.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	82
BAB V	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	30
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Data Penjualan.....	40
Tabel 3.3 Definisi Operasional	46
Tabel 3.4 Skala Likert	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Karakteristik Tingkat Pendidikan.....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas produk X1	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Varian Produk X2.....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga X3	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Y.....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisa Koefisien Korelasi.....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan Uji F.....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial Uji T	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedasitas	71

ABSTRAK

Nopita Sari. Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Tunas Baru Lampung (TBL) Palembang. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tridianti Palembang, 2025. (Dibawah bimbingan bpk Firdaus Sianipar SE., M.M dan Ibu Nur Effen SE., M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Populasi pada penelitian ini adalah sejumlah 2,057 orang, dengan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 95 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data wawancara, kuesioner, observasi, dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, Kualitas Produk, Varian Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki peran krusial dalam membentuk dan mempertahankan keputusan pembelian. Dan secara parsial hasil menunjukkan bahwa Kualitas Produk, varian produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh hasil Adjusted R Square sebesar 0.767 artinya Variabel Independen Kualitas Produk (X_1), Varian Produk (X_2) dan Harga (X_3) ketiga variabel tersebut memiliki kontribusi sebesar 0.767 terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci = Kualitas Produk, Varian Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nopita Sari. The Influence of Product Quality, Product Variants, and Price on Purchasing Decisions of PT. Tunas Baru Lampung (TBL) Palembang Products. Thesis, Department of Management, Faculty of Economics and Business, Tridianti University, Palembang, 2025. (Under the guidance of Mr. Firdaus Sianipar SE., M.M. and Mrs. Nur Effen SE., M.M.)

This study aims to analyze the influence of product quality, product variants, and prices on purchasing decisions. The population in this study was 2,057 people, with sample determination using the Slovin formula so that 95 respondents were obtained. This study uses a quantitative approach with data collection methods of questionnaire interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used is multiple linear regression testing.

The results of this study indicate that simultaneously, Product Quality, Product Variants and Price have a significant influence on Purchasing Decisions. These findings indicate that these three factors have a crucial role in forming and maintaining purchasing decisions. And partially the results show that Product Quality, product variants and prices have a significant influence on purchasing decisions.

Based on the results of the Determination Coefficient (R^2) test, the Adjusted R Square result was 0.767, meaning that the Independent Narratives of Product Quality (X_1), Product Variant (X_2) and Price (X_3) all three variables contributed 0.767 to the Purchasing Decision.

Keywords: Product Quality, Product Variants, Price, Purchasing Decision

RIWAYAT HIDUP

Nopita Sari, dilahirkan di Teluk Tenggirik Tanggal 16 Juni 2003 dari Bapak Muhammad Rita dan Ibu Ama Anderi Yanti , Merupakan anak ke 1 dari 2 bersaudara. Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2015. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2018. Dan sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2021. Saat ini melanjutkan kembali pendidikan di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Juni 2025

Nopita Sari

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah proses sosial manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain, dalam konteks ini bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran mutan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu kita mendefenisikan pemasaran (*marketing*) sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalanya.

Menurut Tempo (2018) persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin ketat dan perusahaan dituntut untuk selalu mengikuti tren agar dapat mempengaruhi kebiasaan serta gaya hidup konsumen. Saat ini suasana perdagangan di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, untuk itu perusahaan harus meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam bisnis untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, hal ini harus dilakukan dalam rangka untuk merebut dan mempertahankan kosumen agar setia kepada produk suatu perusahaan, untuk merebut dan mempertahankan konsumen tersebut, maka manajemen perusahaan perlu memahami

faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan dan loyalitas konsumen terhadap produk suatu perusahaan (melakukan pembelian kembali terhadap produk suatu perusahaan)

Menurut Lamb (2013:20) keputusan pembelian merupakan salah satu komponen utama dalam perilaku konsumen proses ini melibatkan serangkaian langkah yang diambil konsumen ketika bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang diambil oleh konsumen untuk menentukan apakah mereka akan membeli suatu produk atau tidak.

Menurut Kotler dan Keller kualitas produk, varian produk menjadi perhatian konsumen dalam melakukan pembelian. Karena hal tersebut menjadi pertimbangan konsumen di dalam melakukan pembelian produk.

Menurut Tjiptono (2012) dalam memilih untuk membeli suatu barang, konsumen mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk pilihan produk, reputasi toko, dan harga.

Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller, Tjiptono dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas produk, varian produk, dan harga merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian produk suatu perusahaan. Berikut dijelaskan hubungan antara variabel kualitas produk, varian produk, dan harga terhadap keputusan pembelian suatu produk perusahaan pembelian. Berikut penjelasan hubungan antara variabel kualitas produk, varian produk, harga dalam hubungannya dengan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterampilan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. (Kotler dan Keller, 2016) kualitas produk sangat krusial karena umumnya konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang sesuai dengan kriteria baik dan berkualitas tinggi. Oleh karena itu perusahaan diharapkan untuk menyediakan produk dengan kualitas yang baik agar dapat bersaing dengan kompetitor lain dan diharapkan bisa meningkatkan jumlah penjualan. (Walukow dan Mananeke, 2014) hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk maka semakin baik pula keputusan pembelian dari para konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rohmatul dkk, 2022) berkesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian secara parsial, terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{sig} 0.000 < 0,05$. Seperti yang dikatakan Kotler dan Keller selain kualitas produk varian produk juga menjadi perhatian konsumen dalam memilih suatu produk.

Menurut Ichsanudin dan Purnomo (2021) varian produk adalah produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang mengharapakan memproduksi produk tidak tunggal, melainkan bisa dalam berbagai macam jenis. Hubungan varian produk terhadap keputusan pembelian, semakin beragamnya jumlah dan varian produk yang

dijual perusahaan, maka konsumen akan mudah dalam memilih dan melakukan pembelian pada produk tersebut, tidak perlu, hal ini menunjukkan bahwa varian produk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ridho Imanulah, 2021) berkesimpulan bahwa varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat diketahui dari hasil pengujian secara parsial variabel varian produk terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh dengan nilai t sig $0.004 < 0.05$. Selain kualitas produk, varian produk, seperti yang dikatakan Kotler dan Keller, menurut Tjiptono harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian produk.

Menurut Tjiptono (2012:315) harga dapat dipahami sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain yang tidak berwujud (non moneter) yang memiliki utilitas atau kegunaan yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk. (Kotler dan Armstrong (2013). Harga adalah salah satu faktor terpenting dalam menciptakan daya saing, dengan kata lain harga mencerminkan nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memiliki atau memperoleh manfaat dari sebuah produk, baik itu barang maupun jasa.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangat signifikan, karena tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan menjadi acuan bagi permintaan terhadap produk tersebut. Konsumen cenderung lebih selektif dalam memilih produk, terutama ketika mempertimbangkan harga. Jika produk tersebut dianggap tidak sesuai dengan anggaran yang dimilikinya, konsumen akan memilih produk lain yang menawarkan

harga lebih rendah. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hengky Christoper, dkk, 2021) berkesimpulan bahwa harga berpengaruh hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian secara parsial terdapat pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t \text{ sig } 0.001 < 0.05$. Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan antara variabel independen yaitu, kualitas produk, varian produk, dan harga terhadap keputusan pembelian maka seharusnya ini menjadi perhatian manajemen semua perusahaan, termasuk perusahaan PT. Tunas Baru Lampung Palembang.

Perusahaan PT. Tunas Baru Lampung adalah salah satu perusahaan perintis yang bergerak di bidang industri pertanian di Indonesia yang sudah didirikan sejak tahun 1947. PT. Tunas Baru Lampung sendiri berdiri karena keinginan untuk mendukung pembangunan ekonomi negara dan memanfaatkan keunggulan kompetitif Indonesia di bidang pertanian. PT. Tunas Baru Lampung memproses beberapa produk rumah tangga, seperti minyak goreng, sabun, tepung terigu, tepung sagu, gula pasir, bihun, santan, dan lain-lain. Namun lebih mengutamakan produksi minyak goreng, yaitu minyak rose brand diproduksi langsung dan distribusi di seluruh Indonesia.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan pada PT. TBL Tunas Baru Lampung terdapat kekurangan pada kualitas produk terdapat kualitas minyak mengalami fluktuasi, baik dari segi warna, aroma, rasa, maupun kadar asam lemak. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kualitas bahan baku yang tidak konsisten, proses produksi yang kurang terkontrol, atau penyimpanan yang tidak

tepat. Fluktuasi kualitas ini dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen dan menurunkan loyalitas merek. Varian produk menawarkan varian terbatas sehingga tidak mampu memenuhi beragam kebutuhan konsumen. Misalnya, hanya menyediakan satu jenis kemasan dan satu jenis rasa. Hal ini dapat membuat konsumen beralih ke merek lain yang menyediakan varian yang lebih beragam. Harga minyak goreng lebih tinggi dibandingkan dengan produk pesaing, tanpa disertai pembenaran yang kuat dari segi kualitas atau varian. Harga terlalu tinggi dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk yang lebih murah, sementara harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi kualitas yang rendah. Keputusan pembelian konsumen kekurangan informasi yang cukup untuk membuat keputusan pembelian yang tepat, karena kekurangannya edukasi tentang kualitas minyak goreng atau kurangnya akses informasi tentang produk.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan dan fenomena yang ada di perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT TBL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan pada masalah tersebut.

1. Apakah kualitas produk, varian produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang?
3. Apakah varian produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang?
4. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas produk, varian produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang.
2. Pengaruh keputusan pembelian berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang.
3. Pengaruh penelitian varian produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang.
4. Pengaruh penelitian harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pt. Tbl Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini adalah latihan berpikir secara sistematis yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan wawasan dan menilai seberapa banyak pengetahuan yang diperoleh oleh peneliti, terutama dalam bidang studi

manajemen pemasaran, serta memberikan pemahaman tentang kepemimpinan, atmosfer kerja, pengawasan, dan kompetensi.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan dalam menyusun atau menentukan kebijakan mengenai manajemen pemasaran terutama dalam kaitannya dengan kualitas produk, varian produk, harga dan keputusan pembelian.

3. Bagi almamater

hasil penelitian dapat dijadikan sebagai informasi untuk pengembangan kurikulum serta proses pembelajaran di almamater. Kegiatan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa tidak hanya meningkatkan reputasi dan citra positif almamater di mata masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi yang berharga bagi pt tbl dan berbagai sektor lainnya.

4. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan sebagai penambah wawasan, sekaligus sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. Manajemen Pemasaran. Cet. II. Jakarta: PT rajagrafindo Persada.
- Amstrong, 2010) Amstrong, K. Dan. (2010). Pengertian kualitas produk. Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRINGBED COMFORTA
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2013. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194–205.
<https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- Azwar, S. (2015). Metode Penelitian. Pustaka Belajar
- Chistopher, H. (2021). Analisis pengaruh harga dan varian produk terhadap Keputusan pembelian pada toko benua emas Singkawang. *Hectocrn* ,2(1), 68-82
- Fandy Tjiptono, P, & Chandra, G. (2016). Service Quality & Satisfaction (4th ed.). CV.ANDI OFFSET
- Ghozali, Imam. 2011, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS). Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Groover, P. Mikell, 2010. "Fundamentals Of Modern Manufacturing Materials, Processes, and Systems". Fourth Edition. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285-295.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismail Nurdin, M. S., & Sri Hartati, M. S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ&pg=PA95&dq=Sampel+a+adalah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwje2Ma879HoAhVz6nMBHXXH7AiIQ6AEI MTAD#v=onepage&q=Sampel&f=false>
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Armstrong. 2016. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip *Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta

- Kotler, Philip dan Keller, K., L. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit: CV. Alfabeta
- Lamb, C.W, Hair, dan C McDaniel, 2010. “Pemasaran”. Terj.David Octarevia. Jakarta: Salemba Eripat.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 314-323.
- Marwanto. 2015. *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Nur, Indriantoro, dan Bambang, Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.

- Oktaviana, F. S. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian DJ Fz Shopee Royal Plazza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 9(1), 1174-1180).
- Sanjaya, S. (2017). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 108– 122. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/961/903>, diakses tanggal 5 Februari 2021.
- Stuti, Miguna, Nurhafifah Matondang (2020), *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*, Edisi 1, Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfbeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet
- Sujarweni,V. Wiratna. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: PSTAKABAPUPRESS.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen. Jakarta: Penerbit Ghalia.
- Tjiptono & Chandra, G (2012) Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono Fandy. (2020). Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta:Penerbit Andi
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.

