

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PONDOK VAPE DI PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



**Diajukan Oleh :**

**M. ALFARIZI PUTRA**

**NPM. 1901110158**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2023**

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : M. Alfarizi Putra  
Nomor Pokok / NIM : 1901110158  
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Proposal : Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek  
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada  
Pondok Vape di Palembang  
Pembimbing Skripsi :

Tanggal 14 Oktober 2023

Pembimbing I : Lusia Nargis, SE., M.Si  
NIDN : 0222036101

Tanggal 14 Oktober 2023

Pembimbing II : Dr. Yolanda Veyblina, SE., M.Si  
NIDN : 0220186002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Tanggal 16-10-2023



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

Ketua Prodi Manajemen,  
Tanggal 16-10-2023

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Mariyam Zanariah, is written over the text.

Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN : 0222096301

67 /PS/DFEB/23

ii

**UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : M. Alfarizi Putra  
Nomor Pokok / NIM : 1901110158  
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Proposal : Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek  
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada  
Pondok Vape di Palembang

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 14 oktober 2023 Ketua Penguji : Lusia Nargis, SE., M.Si  
NIDN : 0222036101

Tanggal 14 October 2023 Penguji I : Dr. Yolanda Vevbitha, SE., M.Si  
NIDN : 0220186002

Tanggal 14 October 2023 Penguji II : Syaiful Sahri, S.E., M.Si  
NIDN : 0220085901

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Tanggal 16-10-2023



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

Ketua Prodi Manajemen,  
Tanggal 16-10-2023

Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN : 0222096301

67 /PS/DFEB/23

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Alfarizi Putra

Nomor Pokok : 1901110158

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 5 September 2023

Peneliti,  
  
M. Alfarizi Putra

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

***Motto:***

***“ Keberhasilan bukan punya orang pintar.  
Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha.”***

***(M. Alfarizi Putra)***

***Kupersembahkan kepada :***

- ✓ ***Allah swt atas segala ridho-Nya***
- ✓ ***Kedua orang tuaku Alm. Papa dan Mama***
- ✓ ***Support System Dea Annisa, A.Md.T***
- ✓ ***Para dosen yang mendidiku yang kuhormati***
- ✓ ***Almamaterku***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, harga, dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pondok Vape Di Palembang”** dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tidak lain disebabkan oleh keterbatasannya kemampuan dan pengetahuan penulis. Namun dengan adanya bantuan bimbingan, petunjuk dan nasehat-nasehat dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung akhirnya, skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Selain itu, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Edizal, M.S. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr, Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak. CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
5. Ibu Lusia Nargis, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah

memberikan bimbingan, pengarahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.

6. Ibu Dr. Yolanda Veybitha , SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang yang telah memberikan bekal ilmu selama belajar.
8. Pimpinan CV Pondok Vape di Palembang yang telah memberikan izin kepada peneliti dalam melaksanakan penelitian dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Dua orang yang paling berjasa dalam hidup saya, Papaku Alm. Abdul Aziz dan Mamaku Venus Kencanawati. Terima kasih atas kepercayaan dan kesempatan yang telah diberikan untuk menempuh jenjang perkuliahan, terima kasih untuk segala pengorbanan, cinta, do'a, dan motivasi, serta nasihat yang diberikan dalam proses perjalanan perkuliahan. Terkhusus buat wanita cantikku, Mama wanita yang hebat sudah membesarkan dan mendidik anak-anaknya. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi. Mama harus ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya. *Iloveyou <3*
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Dea Annisa, A.md. T. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi sangat banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memeberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu

memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.

11. Untuk sahabat seperjuangan angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang saya sayangi terimakasih atas dukungan kalian.  
Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi Ini.

Palembang, September 2023

**M.Alfarizi Putra**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA_PERSETUJUAN PROPOSAL.....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA_PENGESAHAN PROPOSAL.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	8
1.1 Tujuan Penelitian.....	9
Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	12
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	14
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	16
2.2 PROMOSI.....	17
2.2.1 Pengertian Promosi.....	17
2.2.2 Faktor-faktor Promosi.....	17
2.2.3 Dimensi Promosi .....	20
2.2.4 Indikator Promosi.....	21

2.2.5 Bauran Promosi .....	21
2.3 HARGA .....	24
2.3.1 Pengertian Harga .....	24
2.3.2 Faktor-Faktor Penetapan Harga .....	25
2.3.3 Peranan Harga .....	25
2.3.4 Dimensi Harga .....	26
2.3.5 Indikator Harga .....	27
2.4 CITRA MEREK.....	28
2.4.1 Pengertian citra merek .....	28
2.4.2 Faktor – faktor yang membentuk citra merek .....	28
2.4.3 Dimensi Citra Merek .....	29
2.4.4 Indikator Citra Merek .....	32
2.5 Penelitian Lain yang Relavan.....	33
2.6 Kerangka Berfikir .....	35
2.7 Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
3.1.1 Tempat Penelitian.....	39
3.1.2 Waktu Penelitian.....	39
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.2.1 Sumber Dan Jenis Data.....	40
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel .....	43
3.4 Rancangan Penelitian.....	44
3.5 Variabel dan Definisi Operasional .....	45
3.5.1 Variabel Penelitian .....	45
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.6 Instrumen Penelitian .....	47
3.7 Uji Instrumen .....	47

3.7.1 Uji Validitas .....	48
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.8 Teknik Analisis data .....	48
3.8.1 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.8.1.1 Uji Normalitas.....	48
3.8.1.2 Uji Multikolinearitas .....	49
3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	50
3.9 Metode Analisis Data .....	50
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
3.9.2 Analisis Koefisien Korelasi(r).....	51
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	53
3.10 Uji Hipotesis .....	53
3.10.1 Uji Simultan (Uji Statistik F) .....	53
3.10.2 Uji Parsial (Uji Statistik t).....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.1.2.1 Visi Perusahaan.....	58
4.1.2.2 Misi Perusahaan .....	58
4.1.3 Struktur Organisasi.....	58
4.1.4 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Uji Validitas .....	60
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	63
4.2.3 Teknik Analisis Data .....	66
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.3.1 Uji Normalitas .....	66
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	67
4.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	68
4.4 Hasil Analisis Linear Berganda.....	68

4.4.1 Hasil Analisis Koefisien Korelasi .....	70
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	71
4.5 Uji Hipotesis.....	72
4.5.1 Uji Signifikansi Simultan ( Uji Statistik F ).....	72
4.5.2 Uji Signifikansi Parsial ( Uji t ).....	73
4.6 Pembahasan.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Daftar Perbandingan Harga Produk di Pondok Vape Palembang dengan Toko Lain .....	3
<b>Tabel 1.2</b> Data penjualan Pondok Vape Palembang (Periode Januari 2022 – Desember 2022) .....	6
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian yang relavan .....	33
<b>Tabel 3.1</b> Kegiatan Penelitian.....	39
<b>Tabel 3.2</b> Data kunjungan dan keputusan pembelian pada Pondok Vape di Palembang.....	43
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	46
<b>Tabel 3.4</b> Penilaian Skor Skala Likert.....	47
<b>Tabel 3.5</b> Analisis Koefisien Korelasi (r).....	52
<b>Tabel 4.1</b> Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi ( X1).....	60
<b>Tabel 4.2</b> Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga ( X2).....	61
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek ( X3) .....	62
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( Y) .....	63
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1).....	64
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2).....	64
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X3).....	65
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	65
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Normalitas .....	66
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Heterokedastisitas.....	68
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Analisis Linear Berganda .....	69
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	70
<b>Tabel 4.14</b> Analisi Korelasi (r).....	71
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	71
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Simultan (Uji f ).....	72
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Secara parsial ( Uji t ).....	73

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berfikir .....	36
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi Pondok Vape Palembang .....	59

## ABSTRAK

**M. Alfarizi Putra, Pengaruh promosi, harga , dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada pondok vape di Palembang. (Di bawah bimbingan Ibu Lusia Nargis,SE., M.Si dan Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si).**

Penelitian ini di latar belakang oleh berbagai pengaruh yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian khususnya pada pondok vape di Palembang, data ini menggunakan data primer yang didapatkan dari kuesioner yang dibagikan kepada konsumen pondok vape di Palembang menggunakan lembar kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 sampel, teknik analisis yang digunakan meliputi uji validasi, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi ( $r^2$ ), serta uji hipotesis (uji t dan uji f).

Berdasarkan hasil uji ini dengan berbagai alat uji yang telah disebutkan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa promosi, harga, dan citra merek memiliki pengaruh secara simultan. Dengan persamaan regresi linear berganda  $Y = 5,520 + 0,482 X_1 + 0,304 X_2 + 0,119 X_3$  yang artinya jika salah satu variabel naik satu-satuan akan meningkat keputusan pembelian dengan menjaga skor variabel lain tetap konstan. Berdasarkan nilai uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) diperoleh nilai R sebesar 0,796 (79,6%) yang berarti hubungan antara variabel Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,617 (61,7%). Dari angka tersebut dengan koefisien determinasi sebesar 61,7% bahwa variabel Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sebesar 61,7% sedangkan sisanya 20,4% (100%-79,6%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) terdapat pengaruh signifikan semua variabel (simultan) terhadap keputusan pembelian sedangkan hasil uji parsial (uji t) terdapat 2 (dua) variabel yang memiliki pengaruh signifikan yaitu Promosi ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) namun variabel Citra Merek ( $X_3$ ) tidak berpengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Promosi, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**M. Alfarizi Putra, The influence of promotion, price and brand image on consumer purchasing decisions at vape huts in Palembang.**

**(Under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, SE., M.Si and Mrs. Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si).**

This research is motivated by various influences that can influence purchasing decisions, especially at vape huts in Palembang. This data uses primary data obtained from questionnaires distributed to consumers of vape huts in Palembang using a questionnaire sheet. The number of samples in this research was 70 samples, the analysis techniques used included validation tests, reliability tests, multiple linear regression tests, correlation coefficient tests, determination coefficient tests (R<sup>2</sup>), and hypothesis tests (t test and f test).

Based on the results of this test with the various test tools mentioned above, the researcher concluded that promotion, price and brand image have a simultaneous influence. With the multiple linear regression equation  $Y = 5.520 + 0.482 X_1 + 0.304 X_2 + 0.119 X_3$  Based on the coefficient of determination test value (Adjusted R Square), an R value of 0.796 (79.6%) was obtained, which means the relationship between the variables Promotion, Price and Brand Image on Purchasing Decisions is 0.617 (61.7%). From this figure, with a coefficient of determination of 61.7%, the variables Promotion, Price and Brand Image on Purchasing Decisions are 61.7% while the remaining 20.4% (100%-79.6%) is explained by other factors that were not studied. in this research. Based on the results of the simultaneous test (f test) there is a significant influence of all variables (simultaneously) on purchasing decisions, while the results of the partial test (t test) there are 2 (two) variables that have a significant influence, namely promotion (X<sub>1</sub>) and price (X<sub>2</sub>) but the image variable brand (X<sub>3</sub>) does not have a significant influence on purchasing decisions.

**Keywords:** Promotion, Price, Brand Image, Purchase Decision



## **RIWAYAT HIDUP**

**M. Alfarizi Putra**, lahir di Palembang pada tanggal 07 Juni 2000 dari Bapak Alm. Abdul Aziz dan Ibu Venus Kencanawati, saya merupakan anak ke 2 dari 3 bersaudara.

Sekolah dasar di selesaikan pada tahun 2012 di SD Negeri 132 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2015 di SMP INABA Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun 2018 di SMKN 02 Palembang, pada tahun 2019 saya memasuki Fakultas Ekonomi dan bisnis Program Studi Strata 1.

Palembang, September 2023

M. Alfarizi Putra

# **BAB**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Rokok telah menjadi budaya dan konsumsi bagi mayoritas penduduk Indonesia. Dengan latar belakang agar perokok terhindar dari zat-zat yang berbahaya dan banyak jenisnya dalam sebuah rokok konvensional, *vapor* mulai *booming* dari tahun 2021. Meskipun belum dipastikan bahwa *vapor* sepenuhnya sehat dan aman untuk digunakan, tetapi dari berbagai studi banding yang ada, *vapor* tidak mengandung zat-zat berbahaya dalam sebuah rokok konvensional, seperti TAR dll. Sebagian *liquid* (cairan yang digunakan untuk vaping) ada yang mengandung *nicotine*, tetapi banyak juga yang tidak mengandung *nicotine*. *Nicotine* ini merupakan zat dalam rokok konvensional yang memberikan efek candu (ketagihan), sehingga dalam beberapa kasus orang yang pertama kali beralih dari rokok konvensional ke *vapor* mengalami pusing-pusing jika memakai *liquid* yang tidak mengandung *nicotine*, hal ini disebabkan pengaruh *nicotine* pada orang tersebut. Oleh karena itu lah ada *liquid* yang mengandung *nicotine*.

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri dari 4p, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Masing-masing dari 4 bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan tergantung satu sama lainnya

dan mempunyai suatu yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya. Bauran pemasaran atau *marketing mix* memiliki elemen-elemen tersebut yang sangat berpengaruh dalam penjualan karena elemen tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk (Kotler, 2019). Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan promosi, harga, dan citra merek yang sudah dikenal oleh masyarakat. Kotler (2019:182). Menurut Rachmatningrum (2020:16), meningkatnya kondisi perekonomian masyarakat Indonesia telah mengakibatkan bermunculannya industri yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan setiap konsumen baik dalam bentuk barang maupun jasa. Akibatnya, tingkat persaingan antara industri sejenis menjadi semakin ketat. Persaingan tersebut dapat teratasi apabila konsumen bisa merasa loyal terhadap suatu merek tertentu. Dilihat dari semakin maraknya industri-industri sejenis yang berusaha untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Salah satu cara produsen dalam mempengaruhi konsumen adalah dengan melakukan promosi.

Promosi merupakan salah satu variabel dibauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan dalam melakukan pemasaran produk atau jasanya.

Harga juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk baru. Menurut Simamora (2018), pengertian

harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Dengan demikian, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Membangun sebuah persepsi harga yang bisa dipercaya dan akses yang mudah untuk konsumen mengetahui harga suatu produk tentunya juga salah satu nilai tambah bagi produsen dan pemasar untuk meningkat penjualannya. Harga merupakan faktor yang mendukung untuk penjualan *vape* mengalami penurunan dimana harga *vape* itu sendiri terbilang cukup mahal untuk sebagian kalangan. Contohnya untuk menjadi satu kesatuan *vape* memerlukan masing-masing item tersebut memiliki harga yang berbeda, berikut dapat dilihat pada tabel 1.1 daftar harga produk di Pondok Vape Palembang dengan di toko lain.

**Tabel 1.1**

**Daftar Perbandingan Harga Produk di Pondok Vape Palembang  
dengan Toko Lain.**

No.	Produk	Merek	Harga di PVP	Harga di Toko Lain
1.	Mod	Hexohm V3	Rp. 3.200.000	Rp. 3.500.000
2.	Mod	Centaurus M200 BoxMod	Rp. 900.000	Rp. 1.250.000
3.	Mod	Centaurus Kit 200W	Rp. 750.000	Rp. 825.000
4.	Mod	R57 MVP KIT	Rp. 450.000	Rp. 515.000
5.	Pod	Caliburn GK2	Rp. 300.000	Rp. 330.000
6.	Pod	Ursanano	Rp. 250.000	Rp. 275.000
7.	Pod	Ursanano Couple	Rp. 230.000	Rp. 245.0000
8.	Pod	Voopoo Argus G	Rp. 280.000	Rp. 300.000

9.	Sparepart Vape	RTA Geekvape Z 24MM	Rp. 330.000	Rp. 340.000
10.	Sparepart Vape	RDA Nitrous	Rp. 400.000	Rp. 415.000
11.	Sparepart Vape	Eda Dead Rabbit	Rp. 350.000	Rp. 365.000
12.	Liquid	Fuckin Donuts 60 ml	Rp. 130.000	Rp. 130.000
13.	Liquid	Eskrim Mall	Rp. 130.000	Rp. 130.000
14.	Liquid	Tiger Wong Ice Cream Strawberry	Rp. 130.000	Rp.130.000
15.	Liquid	Whale Dream 60ml	Rp. 130.000	Rp. 130.000

*Sumber : Pondok Vape Palembang dan Toko Vape Lain*

Kepercayaan merek juga merupakan hal terpenting, karena merek akan membawa citra suatu perusahaan. Citra merek adalah apa yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah merek.

Fenomena keputusan pembelian pada produk vape, liquid dan sparepart vape di Pondok Vape Palembang saya menemukan ada beberapa konsumen yang merasa belum optimal dikarenakan promosi, harga dan citra merek masing-masing konsumen terhadap keputusan konsumen itu sendiri. Dengan adanya pemikiran konsumen mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan suatu produk yang ingin dibeli dari sekian banyak produk yang sama.

Promosi terhadap produk pondok vape Palembang segala bentuk

komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga (Simamora, 2018). Urgensi atau pentingnya promosi penjualan adalah untuk membantu meningkatkan penjualan, memasarkan produk baru perusahaan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Promosi yang dilakukan Pondok Vape Palembang kebanyakan dilakukan dengan cara periklanan di sosial media instagram, memberikan *tester* dan diskon kepada konsumen selain itu pondok vape palembang sering mengikuti *event-event* vapor di Palembang.

Harga terhadap produk di Pondok Vape Palembang mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market share-nya. Bagi perusahaan, harga tersebut memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Ini adalah jumlah yang mau dibayar oleh seorang pembeli untuk suatu barang atau jasa. Hal ini dapat merupakan nilai yang diminta oleh seorang penjual untuk barang yang ditawarkan untuk dijual.

Citra merek terhadap produk di pondok vape Palembang menyangkut bagaimana seorang konsumen menggambarkan apa yang mereka pikirkan mengenai sebuah merek dan apa yang mereka rasakan mengenai merek tersebut ketika mereka memikirkannya. Urgensi atau pentingnya analisis mengenai citra merek bagi perusahaan yaitu agar perusahaan mengetahui sejauh mana konsumen percaya karena sebuah produk / jasa dan tidak mudah meninggalkan produk tersebut dan berpindah ke merek lain.

Pondok Vape Palembang terletak di Jalan Letnan Darna No. 120, Kelurahan

20 Ilir I Kecamatan Ilir Timur I, Kota Palembang Sumatera selatan. Pondok Vape Palembang ini sudah berdiri lebih dari 9 tahun dan merupakan toko yang menjual berbagai macam vape dan sparepart seperti Mod, Pod, Liqjud dan sparepart perlengkapan vape lainnya. Usaha ini dapat membantu meningkatkan kebutuhan semua kalangan yang menggunakan vape. Bisnis dalam bidang tersebut merupakan suatu bisnis yang menguntungkan dan memiliki potensi yang besar. Produk vape seperti mod dan pod pasti akan selalu dicari. Tinggal bagaimana seorang pelaku bisnis memutar otak untuk menawarkan produknya dapat menarik minat beli konsumen. Semakin tinggi minat beli konsumen terhadap suatu produk menyebabkan semakin tingginya tingkat keputusan pembelian konsumen. Langkah dalam meningkatkan penjualan di toko ini dengan harga yang relatif murah, promosi yang menarik dan cirta merek yang berkualitas.

Penjualan di Pondok Vape Palembang masih terbilang fluktuatif yang mana ada peningkatan dan penurunan dalam penghasilannya. Guna untuk memperoleh gambaran mengenai keputusan pembelian Pondok Vape Palembang dapat dilihat pada tabel 1.1 dari jumlah penghasilan yang diterima atas penjualan Pondok Vape Palembang pada bulan Januari 2022-Desember 2022.

**Tabel 1.2**  
**Data penjualan Pondok Vape Palembang**  
**(Periode Januari 2022 – Desember 2022)**

No	Bulan	Target Penjualan	Penjualan	Perubahan
1	Januari	Rp. 60.000.000	Rp. 72.000.000	20%
2	Februari	Rp. 60.000.000	Rp. 48.000.000	-20%

3	Maret	Rp. 60.000.000	Rp. 74.400.000	24%
4	April	Rp. 100.000.000	Rp. 90.000.000	-10%
5	Mei	Rp. 100.000.000	Rp. 122.000.000	22%
6	Juni	Rp. 60.000.000	Rp. 94.200.000	57%
7	Juli	Rp. 60.000.000	Rp. 81.600.000	36%
8	Agustus	Rp. 60.000.000	Rp. 61.800.000	3%
9	September	Rp. 60.000.000	Rp. 72.000.000	20%
10	Oktober	Rp. 60.000.000	Rp. 108.000.000	80%
11	November	Rp. 60.000.000	Rp. 91.200.000	52%
12	Desember	Rp. 60.000.000	Rp. 60.000.000	0%

Sumber : *Pondok Vape Palembang, 2022*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan rata-rata dari Pondok Vape Palembang cukup fluktuatif dimana kondisinya tidak stabil setiap bulannya. Terjadinya penurunan penjualan di Pondok Vape dikarenakan banyaknya *kompetitor* (pesaing) yang membuka usaha vape. Seperti yang kita ketahui para pesaing pada umumnya menawarkan produk sejenis dengan jangkauan pasar yang sama dengan Pondok Vape Palembang, fenomena ini menyebabkan persaingan yang kian ketat antar toko vape dalam memperebutkan dan menguasai pasar. Dapat dilihat pada bulan Januari melebihi target sebesar (20%), sedangkan pada bulan Februari mengalami penurunan sebesar (-20%), kemudian melebihi target pada bulan Maret sebesar (24%), dan pada bulan April mengalami penurunan kembali sebesar (-10%).

Pada bulan Mei penjualan menaik sebesar (22%), pada bulan Juni juga



melebihi target sebesar (57%), dan melebihi target kembali sebesar (36%) pada bulan Juli, dan bulan Agustus melebihi target sebesar (3%), kemudian pada bulan September dan Oktober melebihi target sebesar (20%) dan (80%) sedangkan bulan November melebihi target sebesar (52%) dan bulan Desember mencapai target tetapi tidak melebihi target.

Hasil penjualan paling banyak terdapat pada bulan Mei tahun 2022 sebesar Rp. 122.400.000 karena pada bulan ini terdapat hari raya Idul Fitri sehingga penjualan meningkat. Kemudian penjualan paling sedikit pada bulan Februari sebesar Rp. 40.250.000 karena banyaknya pesaing yang membuka usaha vape.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti dalam penelitian ini merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Promo, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pondok Vape di Palembang.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah pengarah tujuan dari sebuah penelitian agar fokus terhadap pembahasan hal tertentu. Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Promosi, H a r g a , d a n C i t r a M e r e k berpengaruh secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?
2. Apakah Promosi berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?
3. Apakah Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?

4. Apakah Citra Merek berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, sesuatu yang akan diperoleh setelah penelitian selesai, sesuatu yang akan dicapai dalam suatu penelitian. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan :

1. Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?
4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Vape di Palembang?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah uraian untuk menunjukkan bahwa suatu masalah layak diteliti, serta untuk menunjukkan signifikan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang *m a n a j e m e n* pemasaran khususnya mengenai pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap

keputusan pembelian konsumen pada pondok vape di Palembang.

2. Bagi perusahaan

Bahan referensi pada pihak manajemen perusahaan serta bahan pertimbangan sehingga dapat diterapkan di dalam manajemen pemasaran dalam perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Memberikan informasi dan berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amalia, A. H. (2022). *Pengaruh Harga Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Dahlia. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Harga Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud.Pito Jaya Lamasi*. Skripsi. Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Darmawan, Zindi. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Vape Bersama Di Kota Malang*. Skripsi. Malang: University of Tribhuwana Tungadewi
- Fitri, N. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Sam Bicycle Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi. Pekanbaru Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Getrysia, Dhatikusuma. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Redmi 1S (Studi Pada Pengunjung WTC Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 1 No.1, Hal. 1-9.
- Ghanimata, F. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Volume 1 Nomor 2
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Teungku Dirundeng Meulaboh, Volume 11 No.1
- Hartanto, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Periklanan dan Harga Terhadap Volume Penjualan pada Onsight Outdoor Equipment Solo*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hidayat, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Pada PT. Suzuki Center Kartini Bandar Lampung*. Skripsi. Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
- Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

- Kotler, P., & Gary, A., 2021, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga :Jakarta. Kotler, P., & Keller, K. L., 2020, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga: Jakarta.
- Lestari, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Gerabah (Studi Kasus di Lombok Barat)*. Skripsi. Mataram: UIN Mataram
- Manik, C. D. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan*. Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pemulang, Vol. 3 No.1
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alam Jaya Wira Sentosa Kaban Jahe. *Jurnal Manajemen* , 49-64.
- Maulidina, K. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Pondok Mataram Di Kota Tebing Tinggi*. Skripsi. Medan: Institusi Universitas Sumatera Utara
- Mokalu, F., & Tumbel, A. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa*. Jurnal Emba, 2021, Volume 3 No. 1 Hal. 255.
- Munir, R. 2018. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Volume 1 No.2 Hal. 2.
- Musyawah, I. Y. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (RJA) di Kabupaten Mamuju. *Jurnal of Economic, Management and accounting*, 49-59.
- Pratama, R. (2020). *Pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk, Dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Avanza Pada Pt Hadji Kalla Di Kota Makassar*. Jurnal UIN Alauddin, Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin
- Priyanto.R.,Sopa.M.,Faizal.H.,Putri.R.S.,Didin.S.2018.*Peranan promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutan di CV Konta Djaya Binong Jati*. Jurnal Abdimas BSI, Volume 1 No. 2 Hal. 296.
- Prof. Dr. Sugiyono 2018.. *Metode Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta
- Ritonga.M., dkk.2022. *Faktor Manajemen Biaya Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada Ukm Industri Rumahan Di Kota Binjai*. Jurnal manajemen tools, Volume 8 No.

