

**PENGARUH VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ANGKRINGAN TANTE
PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

INAS ADELFI ANINDYA PUTRI

NPM. 15.1111.0535

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIDINANTI

PALEMBANG

2020

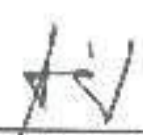
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

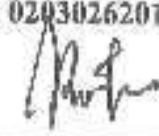
Nama : INAS ADELFI ANINDYA PUTRI
Nomor Pokok/NPM : 15.11.11.0535
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi / Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH VARIAN PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
ANGKRINGAN TANTE.**

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 29 Juni 2020 Pembimbing I :


Amrillah Azrin, SE, MM
NIDN. 0203026201

Tanggal 29 Juni 2020 Pembimbing II :


Hj. Noviarni, SE, M.Si
NIDN. 0221116101

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Tridinanti



Dr. May. Mildal, SE, M.Si, Ak. CA
NIDN. 0205026401

81 / PS / DFE / 20

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Ketika kau sedang mengalami kesusahan dan bertanya-tanya kemana Allah, cukup ingat bahwa seorang guru selalu diam saat ujian berjalan“

(Nourman Ali Khan)

Kupersembahkan kepada:

- Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan keberhasilanku
- Suami dan Anak ku Tercinta
- Adik - adikku tersayang
- Teman-teman seperjuangan
- Para Pendidikku yang kuhormati
- Almamaterku

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Inas Adelfi Anindya Putri

Nomor Pokok : 15.11.11.0535

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang” telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh. Skripsi tersebut bukanlah plagiat atau salinan skripsi milik orang lain.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia dikenakan sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, 11 Maret 2020

Yang membuat pernyataan,



(Inas Adelfi Anindya Putri)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang. Adapun skripsi ini berjudul “Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang”.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan, bimbingan dan saran baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Amrillah Azrin, SE, MM selaku Pembimbing I yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Hj. Noviarni, SE,M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
7. Kedua orang tuaku dan Adik-adikku yang telah memberikan semangat dan dukungannya demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.
8. Suami dan Anaku yang selalu ada mendampingi dan memberikan semangat kepadaku.
9. Sahabat terbaikku yang telah memberikan semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua teman-teman Universitas Tridinanti Palembang dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Palembang, 11 Maret 2020



Inas Adelfi Anindya Putri

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| RIWAYAT HIDUP | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Kajian Teoritis | 7 |
| 2.1.1. Pengertian Pemasaran | 7 |
| 2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.3. Bauran Pemasaran | 10 |
| 2.1.4. Keputusan Pembelian..... | 12 |
| 2.1.4.1. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 12 |
| 2.1.4.2. Proses Keputusan Pembelian | 15 |
| 2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian..... | 18 |
| 2.1.5. Varian Produk | 19 |
| 2.1.5.1. Pengertian Varian | 19 |

| | |
|---|----|
| 2.1.5.2. Pengertian Produk | 20 |
| 2.1.5.3. Pengertian Varian Produk | 20 |
| 2.1.5.4. Indikator Varian Produk | 21 |
| 2.1.6. Harga | 22 |
| 2.1.6.1. Pengertian Harga | 22 |
| 2.1.6.2. Tujuan Penetapan Harga | 23 |
| 2.1.6.3. Metode Penetapan Harga | 24 |
| 2.1.6.4. Dimensi Harga | 26 |
| 2.1.7. Hubungan Varian Produk dengan Keputusan Pembelian ... | 27 |
| 2.1.8. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian..... | 28 |
| 2.1.9. Hubungan Varian Produk dan Harga dengan Keputusan Pembelian | 28 |
| 2.2. Penelitian Lain Yang Relevan | 29 |
| 2.3. Kerangka Berpikir | 30 |
| 2.4. Hipotesis | 31 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian | 32 |
| 3.1.1. Tempat Penelitian | 32 |
| 3.1.2. Waktu Penelitian | 32 |
| 3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.2.1. Sumber Data | 33 |
| 3.2.2. Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 34 |
| 3.3.1. Populasi | 34 |
| 3.3.2. Sampel | 35 |
| 3.4. Rancangan Penelitian | 36 |
| 3.5. Variabel dan Definisi Operasional Variabel | 37 |
| 3.5.1. Variabel Penelitian | 37 |
| 3.5.2. Definisi Operasional Variabel..... | 37 |
| 3.6. Instrumen Penelitian | 38 |

| | |
|---|----|
| 3.6.1. Uji Instrumen | 40 |
| 3.6.1.1. Uji Validitas | 40 |
| 3.6.1.2. Uji Reliabilitas | 40 |
| 3.7. Teknik Analisis Data | 41 |
| 3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda | 41 |
| 3.7.2. Koefisien Determinasi (R^2) | 42 |
| 3.8. Uji Hipotesis | 42 |
| 3.8.1. Uji Simultan (Uji F) | 42 |
| 3.8.2. Uji Parsial (Uji t) | 43 |
| 3.9 Sistematika Penulisan..... | 44 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Gambaran Umum Perusahaan | 46 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan | 46 |
| 4.1.2. Visi dan Misi | 47 |
| 4.1.3. Struktur Organisasi..... | 47 |
| 4.1.4. Pembagian Tugas | 49 |
| 4.2. Pembahasan | 49 |
| 4.2.1. Deskripsi Profil Responden..... | 49 |
| 4.2.1.1. Responden Berdasarkan Umur | 50 |
| 4.2.1.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| 4.2.1.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 51 |
| 4.2.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan.. | 52 |
| 4.2.2. Uji Instrumen..... | 52 |
| 4.2.2.1. Uji Validitas | 52 |
| 4.2.2.2. Uji Reliabilitas | 55 |
| 4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda | 56 |
| 4.2.4. Koefisien Determinasi (R^2) | 58 |
| 4.2.5. Uji Hipotesis..... | 59 |
| 4.2.5.1. Uji Simultan (Uji F) | 59 |
| 4.2.5.2. Uji Parsial (Uji t) | 61 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan..... | 64 |
| 5.2. Saran..... | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 1.1 Penjualan Angkringan Tante Palembang Tahun 2019 | 4 |
| 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian | 32 |
| 3.2 Data Konsumen Angkringan Tante Bulan November 2019 | 35 |
| 3.3 Skala <i>Likert</i> | 38 |
| 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian..... | 39 |
| 4.1 Responden Berdasarkan Umur | 50 |
| 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 51 |
| 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan | 52 |
| 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Varian Produk (X_1) | 53 |
| 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2) | 54 |
| 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 55 |
| 4.8 Hasil Uji Reliabilitas | 56 |
| 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda | 57 |
| 4.10 Koefisien Determinasi | 59 |
| 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji F) | 60 |
| 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t) | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|---|---------|
| 2.1 Kerangka Berfikir | 31 |
| 4.1. Struktur Organisasi Angkringan Semar Palembang | 48 |

ABSTRAK

INAS ADELFI ANINDYA PUTRI. Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang. (Di bawah bimbingan Bapak Amrillah Azrin, SE, MM dan Ibu Hj.Noviarni, SE, M.Si).

Angkringan Tante Palembang merupakan salah satu angkringan yang berada di kota Palembang. Angkringan Tante Palembang hadir untuk merasakan ketatnya persaingan usaha yang sejenis. Varian produk yang banyak dan harga yang bersaing tidak serta merta memberikan jaminan keberlangsungan bisnis yang baik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh varian produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang, pengaruh varian produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang, dan pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang.

Sampel dalam penelitian ini merupakan konsumen dari Angkringan Tante Palembang yang berjumlah 87 orang dengan menggunakan teknik *probability sampling (simple random sampling)*. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa varian produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang, varian produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang,

dan harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang.

Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan mengembangkan variabel-variabel lainnya, seperti variabel promosi, lokasi, dan lain sebagainya.

Kata kunci : varian produk, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

INAS ADELFI ANINDYA PUTRI. The Influence of Product Varian and Price on Buying Decisions at Angkringan Tante Palembang. (Under the guidance of Mr. Amrillah Azrin, SE,MM and Mrs. Hj. Noviarni, SE, M.Si).

Angkringan Tante Palembang is one of the angkringan in Palembang city. Angkringan Tante Palembang exists to feel the intense competition of similar businesses. The more product varian and competitive prices do not necessarily provide a guarantee of good business continuity.

Therefore, this research aims to explain: the influence of product varian and price simultaneously on buying decisions at Angkringan Tante Palembang, the influence of product varian partially on buying decisions at Angkringan Tante Palembang, and the influence of price partially on buying decisions at Angkringan Tante Palembang.

The sample in this research were consumers of Angkringan Tante Palembang amounting to 87 people using probability sampling (simple random sampling). Data were collected by questionnaire method and data analysis used was multiple regression analysis.

Based on the results of this research indicate that product varian and price simultaneously have a positive and significant influence on buying decisions at Angkringan Tante Palembang, product varian partially have a positive and significant influence on buying decisions at Angkringan Tante Palembang, and price partially have a positive and significant influence on buying decisions at Angkringan Tante Palembang.

For further researchers can conduct further research by developing other variables, such as promotion, location, and others.

Keywords : product varian, price, buying decision

RIWAYAT HIDUP

Inas Adelfi Anindya putri, dilahirkan di Palembang pada tanggal 30 Juni 1995 dari Ayah Edward Pardede dan Dian Rifia.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2007 di SD Negeri 119 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2010 di SMP Negeri 02 Palembang, Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun 2013 di SMK Nurul Iman Palembang. Pada tahun 2015 ia menempuh pendidikan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 11 Maret 2020



Inas Adelfi Anindya Putri

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini bisnis kuliner semakin berkembang pesat seiring dengan peningkatan pendapatan dan gaya hidup. Banyaknya pekerjaan ataupun usaha-usaha yang bisa dikerjakan untuk kaum wanita, sehingga sekarang banyak wanita-wanita ataupun ibu-ibu rumah tangga yang bekerja di luar rumah tidak sempat untuk memasak. Ibu-ibu rumah tangga biasanya melakukan hal-hal yang simpel seperti membeli makanan di luar, karena mereka tidak sempat untuk memasak di rumah. Hal ini didukung juga dengan banyaknya usaha-usaha baru yang menggeluti bisnis kuliner, sehingga memudahkan wanita atau ibu-ibu rumah tangga dalam membeli makanan. Bisnis kuliner merupakan peluang usaha yang sangat berpotensi menghasilkan keuntungan. Hal ini dikarenakan kebutuhan manusia akan produk kuliner tidak akan pernah mati selama manusia masih membutuhkan makanan dan minuman. Saat ini bisnis kuliner berada pada tingkat persaingan yang tinggi. Dengan semakin tingginya tingkat persaingan, menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan baik dari sudut produk, harga dan kualitas yang bervariasi, yang disediakan oleh penyedia produk. Hal ini membuat konsumen selalu membandingkan nilai dari beberapa produk dengan tujuan untuk memperoleh produk yang terbaik.

Pengusaha bisnis kuliner dituntut untuk terus berupaya menyiapkan strategi yang tepat agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga akan

terjadi pembelian yang berulang-ulang yang bermuara pada peningkatan penjualan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang bermuara pada kepuasan konsumen akan berdampak positif terhadap pembelian yang berulang. Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif, diperlukan strategi bisnis yang baik. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya saing itu sendiri adalah dengan banyaknya varian produk yang dijual.

Menurut Kotler (2013: 15) varian produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan dan dijual oleh penjual tertentu. Semakin banyak varian produk yang ditawarkan semakin besar kesempatan perusahaan untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Hani Handoko (2011:46) adalah harga, karena pada kenyataannya menunjukkan bahwa saat ini harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Harga jual pada hakikatnya merupakan tawaran kepada para konsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian setelah melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran sebelumnya.

Menurut Kotler dan Keller (2012: 227) keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Salah satu usaha bisnis kuliner yang telah menjamur di kota Palembang adalah warung angkringan. Angkringan berupa warung tenda sederhana yang menjual makanan dan minuman menggunakan gerobak dorong yang identik dengan keramah tamahan dan suasana yang santai. Sehingga, angkringan menjadi usaha bisnis kuliner yang memiliki prospek sangat baik dikarenakan angkringan bukan hanya menjadi tempat makan saja tetapi bisa menjadi ajang tempat berkumpul para anak-anak remaja kota Palembang. Dalam hal ini, warung Angkringan Tante Palembang hadir untuk merasakan ketatnya persaingan usaha yang sejenis.

Angkringan Tante Palembang yang didirikan pada bulan September 2017 ini merupakan warung angkringan dengan menu makanan andalan seperti nasi kucing, nasi macan, nasi bakar, sate kerang, sate cumi, sate udang, sate telur puyuh, sate usus, sate ceke, dan berbagai macam aneka gorengan. Sedangkan untuk minuman, tersedia wedang jahe, susu jahe, teh manis, air jeruk dan kopi. Angkringan yang terletak di depan PTC Mall ini biasanya berjualan dimalam hari mulai dari jam lima sore sampai tengah malam. Angkringan Tante Palembang memiliki ciri khas yang berbeda dari angkringan lainnya. Hal ini dapat dilihat dari segi kondisi tempat, makanan dan minuman yang disajikan, suasana yang santai penuh kekeluargaan dan keakraban serta kenyamanan dan keleluasaan yang ditawarkan.

Namun demikian, varian produk dan harga yang ditawarkan tidak serta merta memberikan jaminan keberlangsungan bisnis yang baik. Hal ini dikarenakan area bisnis kuliner di sekitar Angkringan Tante Palembang ini juga

terdapat sejumlah cafe dan kedai yang menawarkan produk yang berbeda. Persaingan antara Angkringan Tante Palembang dengan cafe dan kedai disekitarnya dengan menu berbeda, dan bervariasi menjadi ancaman bagi keberlangsungan Angkringan Tante Palembang. Untuk memenangkan persaingan, pemilik warung angkringan harus berorientasi kepada konsumen, bukan hanya fokus kepada varian produk yang ditawarkan saja, namun harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Warung angkringan yang berorientasi kepada pemasaran akan berusaha melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar dengan aspek masyarakat sebagai objek yang perlu diperhatikan keinginannya. Varian produk dan harga yang telah ada, diharapkan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada Angkringan Tante Palembang. Berikut adalah data penjualan Angkringan Tante Palembang:

Tabel 1.1
Penjualan Angkringan Tante Palembang Tahun 2019

| Tahun 2019 | | |
|-------------------|-----------------------|--------------------|
| Bulan | Penjualan (Rp) | Target (Rp) |
| Januari | 14,560,000 | 20,000,000 |
| Februari | 15,335,000 | 20,000,000 |
| Maret | 15,765,000 | 20,000,000 |
| April | 17,100,000 | 20,000,000 |
| Mei | 23,654,000 | 20,000,000 |
| Juni | 16,345,000 | 20,000,000 |
| Juli | 17,233,000 | 20,000,000 |
| Agustus | 17,010,000 | 20,000,000 |
| September | 16,765,000 | 20,000,000 |
| Oktober | 16,656,000 | 20,000,000 |
| November | 15,900,000 | 20,000,000 |
| Desember | 14,376,000 | 20,000,000 |
| Total | 200,699,000 | 240,000,000 |

Sumber: Angkringan Tante Palembang

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa penjualan Angkringan Tante Palembang mengalami peningkatan pada periode bulan Januari sampai Mei 2019, sedangkan pada bulan Juni sampai dengan Desember 2019 mengalami penurunan. menurut hasil prasurey melalui wawancara dengan pemilik angkringan, dan pelannggan, mereka mengeluhkan kadang-kadang apa yang mereka inginkan tidak ada dan harga yang dirasakan terbilang cukup mahal.. Dalam satu tahun tersebut yang tercapai target hanya pada bulan Mei 2019 sedangkan sisanya tidak pernah mecapai target yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Tante Palembang**".

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah varian produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang ?
2. Apakah varian produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang ?
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh varian produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh varian produk terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang.
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh harga terhadap keputusan membeli pada Angkringan Tante Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran mengenai pengaruh varian produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada suatu usaha warung angkringan.

2. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang berguna bagi pemilik usaha warung Angkringan Tante Palembang dalam menciptakan minat beli konsumen.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini merupakan masukan yang berharga untuk menjadi bahan bacaan bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan dan digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan topik atau organisasi yang sama khususnya di bidang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta: Bandung.
- Assauri, Sofjan, 2015, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Damiati, dkk, 2017, *Perilaku Konsumen*, PT Raja Grafindo Persada: Depok.
- Erisna, Nuria, 2015, *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel Pada PT. Golden Communication Bandar Lampung*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung.
- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Iqbal, Moh., 2016, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Perkreditan Sepeda Motor Pada PT. Mandala Multifinance (Cabang Gowa)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin: Makassar.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, 2012, *Principles Of Marketing, edisi 14*, Prentice-Hall Pearson: USA.
- Kotler, P. dan Keller, K.L., 2012, *Marketing Management 14th Edition*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, 2013, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid II Edisi 13, Prehallindo: Jakarta.
- Lamsari, Oki, 2017, *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Kalangan Masyarakat Kelurahan Tangga Takat Plaju*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Ongkosaputro, Dirga Pratama, 2017, *Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, dan Keragaman Produk Dalam Keputusan Pembelian Produk Giordano*, Jurnal MODUS dan Ristekdikti.

- Radityasari, Patricia Yordana, 2018, *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus I Mrican Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Shimp, Terence A., *Periklanan Promosi, Edisi V, Jilid 1 dan 2*, Erlangga: Jakarta.
- Stanton, William J., 2010, *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh Jilid Kesatu*, Erlangga: Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2011, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2015, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Andi Offset: Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2011, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis, Edisi 11*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Zaini, Ahmad Baihakki, 2013, *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Jakarta Timur)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.