

**PENGARUH VARIAN PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PIZZA HUT DELIVERY KM. 5 PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



Diajukan Oleh :

KARUNIA AFREZA

NPM. 2001110136

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDIANANTI

2024

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : KARUNIA AFREZA
Nomor Pokok/NIRM : 2001110136
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Konsetrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH VARIAN PRODUK, HARGA,
PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT
DELIVERY KM. 5 PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal: 27-03-2024


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

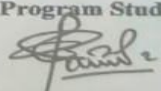
Tanggal: 26-03-2024

Pembimbing II : Herman Efrizal, SE., MM
NIDN. 0202066602

30/PS/DFEB/24

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Ketua Program Studi

Mariyam Zanariah, SE, MLM
NIDN. 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : KARUNIA AFREZA
Nomor Pokok/NIRM : 2001110136
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Konsetrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH VARIAN PRODUK, HARGA,
PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT
DELIVERY KM. 5 PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal: 27-03-2024

Ketua Penguji : Lusia Nargis, SE., M.Si
NIDN. 0222036101

Tanggal: 26-03-2024

Penguji I : Herman Efrizal, SE., MM
NIDN. 0202066602

Tanggal: 27-3-24

Penguji II : Alinadia., SE.MM
NIDN, 0207125901

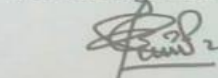
Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



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



Mariyam Zanariah, SE., M.M
NIDN. 0222096301

30/PS/DFEB/24

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya untuk menemukanmu.”

“Jadilah seperti bunga yang memberikan keharuman, bahkan kepada tangan yang telah merusaknya.”

-Ali Bin Abi Thalib

Persembahan :

Skripsi ini kupersembahkan
untuk:

- ❖ Kedua Orang tuaku
- ❖ Saudara-saudaraku
- ❖ Teman Seperjuanganku
- ❖ Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Karunia Afreza
Nomor pokok/NPM : 2001110136
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Starta 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Maret 2024



Karunia Afreza

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Varian Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery KM. 5 Di Palembang”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi jenjang Strata 1 (S1) manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan yang terbaik, akan tetapi peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan perlu banyak belajar lagi untuk mendapatkan dan memberikan yang terbaik kepada berbagai pihak.

Banyak kesulitan yang dialami oleh penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat kesabaran dan bimbingan, arahan, saran dan dukungan oleh berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk itu, peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT dan mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S. selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy.Mikial, SE, M.Si. Ak. CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Lusia Nargis, SE., M.Si selaku Pembimbing I, yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Herman Efrizal, SE., MM selaku Pembimbing II, yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak/Ibu Dosen pengajar program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

7. Untuk orang yang tidak pernah Lelah dalam mendoakanku disetiap sujudnya yaitu kedua orang tuaku Ayah dan Ibuku, serta kakak, adik dan keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Untuk teman-teman saya yang sudah bersama saya dari awal mulai kuliah di Universitas Tridinanti sampai akhir semester kuliah. Dan juga teman-teman satu Angkatan 2020 khususnya Regular A.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amiin ya robbal alamiin.

Palembang, Maret 2024

Peneliti

Karunia Afreza

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	13
2.1.1.2. Bauran Pemasaran.....	14
2.1.2 Varian Produk	14
2.1.2.1. Pengertian Varian.....	15
2.1.2.2. Pengertian Produk.....	16
2.1.2.3. Pengertian Varian Produk.....	17
2.1.2.4. Dimensi Varian Produk	17
2.1.2.5. Indikator Varian Produk	18
2.1.3 Pengertian Harga.....	19

2.1.3.1. Peranan Harga.....	19
2.1.3.2. Penetapan Harga.	20
2.1.3.3. Stategi Penetapan harga.	21
2.1.3.4. Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.1.3.5. Dimensi Harga	22
2.1.3.6. Indikator Harga.....	23
2.1.4. Promosi	24
2.1.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.	25
2.1.4.2 Dimensi Promosi.	26
2.1.4.3 Indikator Promosi	27
2.1.5 Distribusi.....	28
2.1.5.1 Pengertian Distribusi.	28
2.1.5.2.Saluran Distribusi	28
2.1.5.3 Fungsi Saluran Distribusi.	29
2.1.5.4 Macam saluran distribusi.....	30
2.1.5.5 Intensitas Saluran Distribusi	31
2.1.5.6 Dimensi Distribusi	35
2.1.5.7. Indikator Distribusi.....	32
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	33
2.1.3.1.Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.1.3.2.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	33
2.1.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian... ..	36
2.1.3.4.Dimensi Keputusan Pembelian.....	38
2.1.3.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	39
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan	40
2.3 Kerangka Berfikir	42
2.4 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	45
3.1.1 Tempat Penelitian	45

3.1.2 Waktu Penelitian.....	45
3.2 Sumber dan teknik pengumpulan data.....	45
3.2.1 Sumber data	45
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3 Populasi Sampel Dan Sampling	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel dan Sampling	48
3.3.3 Teknik Sampling.....	49
3.4 Rancangan Penelitian	50
3.5 Variabel Dan Definisi Operasional	51
3.5.1. Variabel.....	51
3.5.2. Definisi Operasional	52
3.6 Instrumen Penelitian	53
3.7. Uji Instrumen	56
3.7.1. Uji Validitas.....	56
3.7.2. Uji Reliabilitas	56
3.8 Teknik Analisis Data	57
3.8.1. Uji Asumsi Klasik.....	57
3.8.1.1. Normalitas.....	57
3.8.1.2. Heteroskedastisitas.....	57
3.8.1.3. Multikolinearisitas	57
3.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.8.3. Analisis Koefisien Korelasi (r)	58
3.8.4. Analisis Koefisien Determinasi (R Square = R ²)	59
3.8.5. Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t)	59
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	63
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	63
4.1.2. Visi dan Misi Pizza Hut Delivery	64
4.1.2.1. Visi Pizza Hut Delivery	64
4.1.2.2. Misi Pizza Hut Delivery.....	64

4.1.3. Struktur Organisasi Pizza Hut Delivery.....	65
4.1.4. Tujuan Perusahaan	71
4.2. Karakteristik Identitas Responden	71
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	72
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan lama menjadi Konsumen	74
4.3. Hasil Uji Instrumen.....	75
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	75
4.3.2. Hasil Uji Realibilitas.....	78
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	79
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	79
4.4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
4.4.2. Hasil Uji Multikolinieritas	81
4.5. Hasil Teknik Analisis Data	82
4.5.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.5.2. Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	84
4.5.3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	86
4.5.4. Hasil Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t).....	87
4.3.5.1. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	87
4.3.5.2. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	88
B.Pembahasan	
1. Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
Kesimpulan	94
Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Pelanggan Yang Membeli	4
Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang.....	4
2. Paket Hemat Varian Produk Pizza Dan Harga.....	6
3. Varian Produk Pizza Dan Harga	6
4. Upgrade Pinggiran Pizza Dan Extra Topping Mozarella.....	7
5. Varian Produk Pasta Dan Harga	7
6. Varian Produk Snack Dan Harga	8
7. Varian Produk Minuman Dan Harga	9
8. Penelitian Lain Yang Relevan.....	40
9. Jadwal Penelitian.....	45
10. Definisi Operasional Variabel.....	52
11. Skala Likert	53
12. Kisi- Kisi Instrumen Variabel (X).....	54
13. Kisi- Kisi Instrumen Variabel (Y).....	55
14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
17. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Konsumen Pizza Hut Delivery	75
18. Hasil Uji Validitas Variabel Varian Produk (X1).....	77
19. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	78
20. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	79
21. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi (X4).....	80
22. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
23. Hasil Uji Realibilitas	80
24. Hasil Uji Normalitas	81
25. Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
26. Hasil Uji Multikolinieritas	83

27.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
28.	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	85
29.	Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	87
30.	Hasil Uji F.....	88
31.	Hasil Uji t.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. 4 P Dalam Bauran Pemasaran	14
2. Strategi Bauran Pemasaran.....	15
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	36
4. Kerangka Pemikiran Teoritis	43
5. Gambar Struktur Organisasi Pizza Hut Delivery KM. Palembang	68

ABSTRAK

Karunia Afreza, Pengaruh Varian Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang (Dibawah Bimbingan Ibu Lusia Nargis, SE., M.Si Dan Bapak Herman Efrizal, SE., MM)

Penelitian ini dilaksanakan di Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang. Yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Varian Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. Sampel penelitian ini adalah Konsumen Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang yang berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Non Probability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*. Dengan Penyebaran kuesioner kepada konsumen secara langsung dan diolah menggunakan Program SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian ini Menunjukkan terdapat pengaruh Varian Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang.

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan alat uji yang telah disebutkan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa varian produk, harga, promosi dan distribusi konflik internal memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dengan persamaan regresi linier berganda dengan hasil $Y=1789+0,384X_1+0,078X_2+0,172X_3+0,611X_4$ yang artinya jika salah satu variabel yang digunakan naik satu-satuan. Hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) diperoleh nilai sebesar 84,4% yang berarti bahwa keputusan penelitian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini dan 15,6% dapat dijelaskan oleh faktor lain, pada uji t masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Varian Produk, Harga, Promosi, Distribusi

RIWAYAT HIDUP

Karunia Afreza dilahirkan di Kota Palembang pada tanggal 18 April 1997 merupakan anak keempat dari lima bersaudara.

Duduk di bangku Sekolah Dasar di SD Negeri 05 Indralaya Utara, dan lulus pada tahun 2009, melanjutkan jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Muhammadiyah 10 Indralaya Utara dan lulus pada tahun 2012, Kemudian melanjutkan ke jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Atas Kejuruan (SMK) di SMK Negeri 1 Gelumbang dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2020 saya Kembali melanjutkan Pendidikan saya pada program strata 1 di Universitas Tridinanti pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen.

Palembang, Maret 2024

Karunia Afreza

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang

Era globalisasi saat ini telah menyaksikan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi, yang mengarah ke era baru yang lebih mudah dan cepat. Akibatnya, dunia bisnis mengalami perkembangan yang pesat, dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang berlomba-lomba menciptakan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pertumbuhan bisnis ini mengidentifikasi adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat, sehingga daya beli masyarakat semakin tinggi. Namun, di sisi lain, perkembangan ini juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat.

Dengan kesibukan dan tingkat aktivitas individu yang semakin meningkat, setiap orang membutuhkan sesuatu yang cepat dan instan. Restoran cepat saji merupakan salah satu tempat makan yang tidak membutuhkan waktu lama untuk melayani pelanggannya. Salah satu contoh restoran tersebut adalah Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang. Belakangan ini, industri makanan dengan layanan pesan antar semakin banyak diminati oleh konsumen.

PHD (*Pizza Hut Delivery*), anak perusahaan dari PT. Sarimelati Kencana, merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan layanan pesan antar. Mereka bergerak di bidang kuliner, menjual berbagai macam produk seperti pizza, pasta, makanan ringan, dan minuman. PHD menggunakan sistem takeaway dan delivery untuk penjualan produk mereka. Namun, tidak mudah bagi PHD untuk menjual

produknya karena ada banyak kompetitor di luar sana yang siap mengganggu dan menarik pelanggan setia mereka. Oleh karena itu, Pizza Hut Delivery terus menerapkan strategi bisnis yang inovatif untuk memenangkan hati konsumen mereka. Mereka membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk berhasil di pasar yang kompetitif ini.

Menurut Sudaryono (2016 : 207) Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam pengertian luas, produk mencakup apa saja yang bisa dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan ide atau gagasan.

Pizza adalah makanan yang digemari oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Makanan khas Italia ini sangat cocok untuk berbagai acara. Meningkatnya jumlah penggemar pizza membuat bisnis restoran pizza semakin dikenal. Pizza Hut Delivery atau biasa dikenal dengan sebutan PHD adalah salah satu tempat populer yang dikunjungi oleh berbagai segmen masyarakat untuk dibawa pulang. Bisnis pizza sangat sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini, yang sering kali melibatkan kemacetan lalu lintas, jadwal kerja yang padat, dan keinginan untuk tetap menjaga kebersamaan keluarga di rumah dengan layanan pesan antar.

Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan berbagai macam produk yang bervariasi dan lengkap. Hal ini dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan pembelian konsumen. Dengan adanya berbagai produk sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbeda, restoran harus berusaha untuk

memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat memenangkan persaingan dan membujuk konsumen untuk membeli produk mereka.

Menurut Kotler (2019 : 63), kegiatan promosi adalah upaya pemasaran yang melibatkan tindakan jangka pendek yang intensif untuk mendorong keinginan untuk mencoba atau membeli produk atau jasa. Tujuan dari semua kegiatan promosi adalah untuk mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan dan membujuk. Pemasar diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang memiliki nilai unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa secara efektif.

Kegiatan pemasaran bertujuan untuk memfasilitasi pengiriman barang dan jasa dari produsen ke konsumen, memastikan bahwa barang dan jasa tersebut digunakan sesuai kebutuhan. Sebagai contoh, Pizza Hut Delivery berkolaborasi dengan platform online seperti Go-Food, Grab-Food, Shopee-Food, dan maxim. Keputusan untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh signifikansi produk tersebut bagi konsumen, dan hal ini, pada gilirannya, mempengaruhi konsumen lain. Pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual adalah keputusan pembelian.

Konsumen pada dasarnya sebelum menentukan produk mana yang akan dibeli biasanya akan membandingkan produk satu dengan produk lain sejenis. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan dikeputusan tersebut akan dikeputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri

kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya.

Semakin banyaknya persaingan penjualan produk yang sama dipasaran yang ditawarkan oleh kompetitor menyebabkan penjualan PHD khususnya di outlet Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang mengalami penurunan.

Tabel 1.1
Data Pelanggan Yang Membeli
Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang
Dari Bulan Januari- Desember 2022

Bulan	SEGMENT		
	<i>Takeway</i>	<i>Delivery</i>	<i>Aggregator</i>
Januari	5.235	89	1.543
Februari	5.200	80	1.423
Maret	5.108	60	1.123
April	5.898	82	1.432
Mei	5.706	74	1.365
Juni	5.280	62	1.112
Juli	4.994	77	1.100
Agustus	5.550	85	1.189
September	5.225	66	1.154
Oktober	5.100	75	1.420
November	5.230	80	1.324
Desember	6.025	90	1.654
Total	64.551	920	15.839

Sumber : Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang, 2023, diolah oleh Penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa penjualan dari Januari – Desember 2022 total keseluruhannya adalah 81.310 konsumen yang datang, Hal ini menunjukkan jika situasi pasar Menurun dari jumlah tahun 2021 yang berjumlah 100.102, semakin komprehensif dengan pesaing yang semakin ketat, baik dari produsen lain yang mulai memenuhi pasar makanan di Indonesia.

Kondisi pasar yang semakin banyak produk-produk pizza baik jenis lokal maupun Negara lain, dengan konsep strategi pemasaran yang beragam sehingga menarik minat membeli khalayak umum. Semakin beragamnya produk pizza di pasaran yang ditawarkan oleh kompetitor menyebabkan penjualan PHD khususnya di outlet Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang mengalami penurunan. 4P yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam meningkatkan penjualan pada restoran makanan cepat saji PHD (*Pizza Hut Delivery*).

Penggemar kuliner disuguhkan dengan menu unik yang berbeda dari makanan sehari-hari mereka, dengan penyajian yang mewah dan menarik sehingga merangsang minat mereka untuk membeli produk yang ditawarkan. Varian produk yang ditawarkan oleh PHD sangat bervariasi dan beragam macam harga yang ditawarkan mulai dari harga terendah sampai termahal dengan kualitas makanan yang berbeda-beda mulai dari pizza, pasta, snack dan minuman. Berikut tabel varian produk yang ada di Pizza Hut Delivery:

Tabel 1. 2
Paket Hemat Varian Produk Pizza dan Harga

No	Paket Hemat	Harga
1.	Fun Pizza	Rp. 21.000
2.	My Box Pizza	Rp. 38.500
3.	My Box Plus Pizza	Rp. 48.000
4.	Melts Pizza	Rp. 50.000
5.	My Box XI Pizza	Rp. 70.000

6.	Double Box Deluxe Pizza	Rp. 120.000
7.	Quartza Pizza	Rp. 140.000
8.	Big Box Pizza	Rp. 160.000
9.	Double Box Signature	Rp. 168.000
10.	Limo Pizza	Rp. 298.000

Sumber : Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang, 2023, diolah oleh Peneliti

Tabel 1. 3
Varian Produk Pizza dan Harga

No.	Alacarte	Personal	Reguler	Jumbo
1.	Choco Cheese	Rp. 33.000	-	-
2.	Deluxe Smoked beef	-	Rp. 80.000	-
3.	Deluxe Chicken Pizza	-	Rp. 80.000	-
4.	Deluxe Spicy Beef	-	Rp. 80.000	-
5.	Deluxe Meat BBQ	-	Rp. 80.000	-
6.	Meat Lovers	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
7.	Super Supreme	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
8.	American Favourite	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
9.	Cheese Overload	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
10.	Pepperoni	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
11.	Tuna Melt	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
12.	Hawaian Chicken	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
13.	Cheese Lovers	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000
14.	Vegie Garden	-	Rp. 106.000	Rp. 155.000

15.	Hokaido Pizza	-	Rp. 135.000	-
-----	---------------	---	-------------	---

Sumber : Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang, 2023, diolah oleh Peneliti

Tabel 1. 4
Upgrade Pinggiran Pizza Dan Extra Topping Mozarella

Upgrade	Personal	Reguler	Jumbo
Pinggiran Pizza	Rp. 12.000	Rp. 22.000	Rp. 30.000
Extra Topping Mozarella	Rp. 6.000	Rp. 12.000	Rp. 21.000

Sumber : Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang, 2023, diolah oleh Peneliti

Tabel 1. 5
Varian Produk Pasta dan Harga

No.	Pasta	Harga
1.	Beef Spaggeti	Rp. 59.000
2.	Beef Fettucine	Rp. 59.000
3.	Pepperoni Chesse Fusili	Rp. 59.000
4.	Oriental Chicken Spaggeti	Rp. 59.000
5.	Chicken Fettucine Ala Italia	Rp. 61.000
6.	Beef Lasagna	Rp. 61.000
7.	Classic Fettucine	Rp. 67.000
8.	Chesse Lava	Rp. 67.000
9.	Cumi Cabe Ijo	Rp. 69.000
10.	Creamy Truffle	Rp. 69.000

Sumber : Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang, 2023, diolah oleh Peneliti

Tabel 1. 6
 Varian Produk Snack dan Harga

No.	Snack	Harga
1.	Choco Puff	Rp. 28.000
2.	Potato Wedges	Rp. 28.000
3.	Fresh Salad	Rp. 30.000
4.	Cheesy Dough Ball	Rp. 30.000
5.	Mac and Cheese	Rp. 30.000
6.	Twist and Dip	Rp. 30.000
7.	Golden Pocket	Rp. 30.000
8.	Tuna Puff	Rp. 30.000
9.	Beef Sausage	Rp. 32.000
10.	Chicken Stick	Rp. 32.000
11.	Chesse Roll	Rp. 32.000
12.	Sausage Popstick	Rp. 33.000
13.	Chicken Bites	Rp. 46.000
14.	Wingstreet	Rp.48.000

Sumber : Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang, 2023, diolah oleh Peneliti

Tabel 1. 7
 Varian Produk Minuman dan Harga

No.	Minuman	Harga
1.	Aqua 330 Ml	Rp. 10.000
2.	Melon Lemonade	Rp. 20.000
3.	Lemon Tea	Rp. 20.000
4.	Orange Delight	Rp. 20.000
5.	Coca- Cola 1 L	Rp. 20.000
6.	Cappucino Jelly	Rp. 25.000

Sumber : *Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang, 2023, diolah oleh Peneliti*

Berdasarkan tabel di atas PHD menyediakan berbagai macam Varian Produk dan harga, mulai dari harga termurah sampai termahal. Konsumen kebanyakan lebih memilih paket pizza double box karena harganya lebih hemat dari harga satuan, dengan pilihan topping pizza *Meatlovers* berjenis daging dan *Chesse Overload* full keju mozarella yang menjadi favorite kalangan masyarakat.

Pizza Hut Delivery melakukan promosi dengan memberikan promo-promo menarik seperti tanggal 10. 10, 11.11 atau hari besar lainnya. Promosi biasa dilakukan melalui Brosur, Banner, penyebaran Brosur kerumah- rumah. Bisa juga melalui iklan, disosial media seperti Instagram, whatsApp, baru- baru ini PHD juga melakukan promo besar- besaran untuk memperingati ulang tahun yang ke 16 dengan menjual produk serba 16 ribuan dan promo *Buy One Get One* pizza regular dan potongan harga, beserta *cashback* pembayaran *card* maupun *cashless*.

Tidak hanya itu saja PHD menawarkan promo untuk setiap pembelian produk BigBox dihari senin- kamis dari harga 160.000 menjadi 135.000. Untuk menarik pelanggan lainnya PHD menawarkan setiap pembelian produk apa saja dengan nominal diatas 100.000 setelah pajak mendapatkan potongan 20.000, dan setiap pembelian 150.000 setelah pajak mendapatkan potongan 30.000, setiap pembelian *all product* diatas 150.000 PHD memberikan free snack *Tuna puff*.

Pemesanan bisa melalui datang langsung ketempat, via telepon, website atau via aplikasi Pizza Hut, Menggunakan layanan online memudahkan untuk pemesanan tanpa harus ribet antri panjang, dan pemesanan melalui via aplikasi bisa mendapatkan poin setiap pembelian dan Gratis Ongkir untuk pembelian diatas Rp. 130.000 tidak hanya itu PHD juga mempunyai garansi dalam layanan pesan antar 30 menit pasti tiba, kalau pesanan sampai tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan customer akan mendapatkan Free Pizza regular.

Pemesanan tidak hanya *Takeway* atau *Delivery* PHD juga bekerjasama dengan platform online seperti Go-Food, Grab-Food, Shopee-Food, dan maxim, dan mempunyai beragam macam promosi, dan paket hemat.

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Varian Produk , Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang “**

1. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perlu ditetapkan beberapa masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Beberapa masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Varian Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang?
2. Bagaimana Pengaruh Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Km. 5 Palembang?
3. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Km. 5 Palembang?
4. Bagaimana Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Km. 5 Palembang?
5. Bagaimana Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Km. 5 Palembang?

1. 3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Varian Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang.
2. Untuk Mengetahui Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang

Diberikan Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang

3. Untuk Mengetahui Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Diberikan Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang
4. Untuk Mengetahui Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Diberikan Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang
5. Untuk Mengetahui Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Diberikan Pizza Hut Delivery KM. 5 Palembang.

1. 4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis Penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya mengetahui mata kuliah manajemen pemasaran untuk mengaplikasikan apa yang dipelajari dalam kenyataan sebenarnya.
2. Bagi Perusahaan
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan dan memutuskan kebijakan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai bauran pemasaran.
3. Bagi Akademis
 Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk menambah ilmu pengetahuan serta menjadi bahan referensi atau masukan dalam penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti lainnya yang terkhusus dibidang manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelfi Anindya Putri, Inas (2020) *Pengaruh Varian Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang*. Skripsi
- Adillah, D. (2020). *Pengaruh Bauran Promosidan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha CV. Sukarami Motorindo Di Palembang*. Palembang: Universitas Telkom.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Assauri, Sofjan, (2015) *Manajemen Pemasaran : dasar, konsep dan Startegi* PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. (2020). *Citra merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen.
- Ghozali, Imam (2021). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*, Edisi 10, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2016) *Marketing*. Yogyakarta : MEDPress.
- Heru Sucianto Tjia, Suharno, M. A. K. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian*. Hal : 92.
- Husein Umar. (2013) *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta : Rajawali
- Indrasari, Meithiana. (2019). *PemasaranDan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriyo Gitosudarmo. (2014) *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.
- Istiqomah, Laila. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Suasana Toko, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran X*. Surabaya : Universitas Islam Negri Sunan Ampel.
- Kristiandika, T.(2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Go-jek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Gojek Indonesia di Kota Palembang*. Palembang : Universitas Tridinanti.

- Kotler, Philip , (2013). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid II edisi 13, Prehallindo : Jakarta.
- Kotler, P., dan Amstrong, G., (2016), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong. G (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- 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.
- Mellya Silviana, (2015) *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ice Cream Wall's Pada Siswa SMP dan SMA Di Kota Padang*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- 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.
- Sabrina, H. (2017) *Pengaruh Harga dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy*. *Jurnal Plans*. 114-120.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2012. *Pengantar Manajemen*. Rajawali Press : Jakarta.
- Tjiptono, 2015. *Strategi pemasaran: edisi Revisi* Penerbit CV. Andi Offset. Yogyakarta