

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NON SUBSIDI PADA PT RUDI
APRIADI LIFIAH**



Diajukan Oleh :

NELSON PANDAPOTAN SITOMPUL

NPM. 2001110160

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2024


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NELSON PANDAPÓTAN SITOMPUL
Nomor Pokok/ NIM : 20.01.11.0160
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, CITRA
MEREK DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NON
SUBSIDI PADA PT RUDI APRIADI LIFIAH

Pembimbing Skripsi

Tanggal 1-4-2024 Pembimbing I : 
: Agustina Marzuki, SE.,M.Si
NIDN : 0008086502

Tanggal 01-04-24 Pembimbing II : 
: Suharti, S.E.,M.M.
NIDN : 0220086501



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal 01-04-24

Tanggal 01-04-24


Dr. Msy. Mikial, S.E.,M.Si,AK,CA,SCRS.


Mariyam Zanariah, SE.,MM

NIDN:0205026401

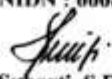
NIDN:0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : NELSON PANDAPÓTAN SITOMPUL
Nomor Pokok/ NIM : 20.01.11.0160
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, CITRA
MEREK DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NON
SUBSIDI PADA PT RUDI APRIADI LIFIAH

Penguji Skripsi
Tanggal 1-4-2024 Ketua Penguji : 
: Agustina Marzuki, SE., M.Si
NIDN : 0008086502

Tanggal 01-04-24 Penguji I : 
: Suharti, S.E., M.M.
NIDN : 0220086501

Tanggal 01-04-24 Penguji II : 
: Umi Hasanah, S.E., M.M
NIDN : 0220016002

99 /PSID/FE/29

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 01-04-24


Dr. Msy. Miklat, S.E., M.Si, Ak.CA, SCRS.

NIDN:0205026401

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal 01-04-24


Mariyam Zanariah, SE., MM

NIDN:0222096301

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : NELSON PANDAPOTAN SITOMPUL

Nomor Pokok/NIM : 20.01.11.0160

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis 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 berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palcmbang, Marct 2024



(Nelson Pandapotan Sitompul)

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat”

Kupersembahkan untuk :

- 1. Kedua Orang Tuaku Bapak dan Ibuku Tercinta***
- 2. Kakak ,dan Adikku Tercinta***
- 3. Sahabat dan Teman-teman Seperjuangkanku***
- 4. Keluarga Besarku***
- 5. Pembimbingku***
- 6. Almamater Kebanggaanku***

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa atas rahmat dan berkatnya sehingga penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan. Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi.

Penulis berharap kelak pengetahuan yang didapat selama menepuh pendidikan di Universitas Tridinanti Palembang dapat berguna ketika penulis memasuki dunia kerja dan skripsi ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan juga materil. Maka, penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada:

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 Manajemen Universitas Tridinanti .
4. Ibu **Agustina Marzuki, SE.,M.Si** dan Ibu **Suharti, S.E.,M.M**. Selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh **Bapak/Ibu Dosen** beserta **Staff** dan **Karyawan** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan nya.
6. Ibu **Ayu Lestari** selaku pimpinan **PT Rudi Apriadi Lifiah** yang telah menyediakan informasi perusahaan dan memudahkan penulis dalam mencari data.

7. **Orang tua** dan semua saudara-saudaraku yang telah memberikan semangat dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Semua teman-teman yang telah mendukung dan membantu, teman – teman angkatan 20 dan dari grup “Jastip”, terimakasih atas segala dukungan dan bantuannya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan serta kesalahan-kesalahan dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi sempurna nya penulisan ini dimasa mendatang.

Palembang, Maret 2024

Penulis

Nelson Pandapotan Sitompul

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kajian teori	9
2.1.1. Pengertian Harga.....	9
2.1.2. Tujuan harga	10
2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	12
2.1.4. Dimensi Harga	14
2.1.5. Indikator Harga	14
2.2. Citra Merek.....	16

2.2.1. Pengertian Citra Merek	16
2.2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	18
2.2.4. Dimensi Citra Merek	19
2.2.5. Indikator Citra Merek	22
2.3. Produk	23
2.3.1. Pengertian Produk.....	23
2.3.3. Dimensi Produk	24
2.3.3. Indikator Produk	25
2.4. Keputusan Pembelian	26
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
2.4.3. Dimensi Keputusan Pembelian Produk	30
2.4.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	31
2.5. Penelitian Yang Relevan	32
2.6. Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE 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	36
3.2.1. Sumber Data	36
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3. Populasi, Sample dan Sampling	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel	38

3.3.3 Teknik Sampling.....	39
3.4 Rancangan Penelitian	40
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	41
3.5.1 Variabel Operasional	41
3.5.2 Definisi Operasional	42
3.6 Instrumen Penelitian.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	45
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7 Teknis Analisis Data	47
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	48
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial	48
3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.7.2.2. Analisis Koefisien Korelasi	49
3.7.2.3 Analisis Koefisien Determinasi	50
3.8 Uji Hipotesis Statistik.....	51
3.8.1 Uji Signifikasi Simultan (uji F)	51
3.8.2 Uji t (Parsial).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Hasil Penelitian.....	53
4.1.1. Gambaran umum perusahaan.....	53
4.2. Karakteristik Responden	54
4.3. Uji Kualitas Data	55
4.3.1. Hasil Uji Validitas	55
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	61

4.4. Uji Asumsi Klasik	62
4.4.1. Uji Normalitas.....	62
4.4.2. Uji Multikolinieritas.....	63
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	64
4.5. Analisis Statistik Deskriptif.....	65
4.6. Regresi Liner Berganda.....	67
4.7. koefisien korelasi (R)	68
4.8. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	69
4.9. Uji Hipotesis.....	70
4.9.1. Hasil Uji Statistik F (Simultan)	70
4.9.2. Hasil Uji Statistik t (Parsial)	70
4.10 Pembahasan	72
4.10.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Non Subsidi	72
4.10.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Non Subsidi	72
4.10.3 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Non Subsidi	73
4.10.4 Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Non Subsidi	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4. 1 Hasil uji Heteroskedastisitas	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kegiatan Penelitian	36
Tabel 3. 2 Skala Likert Pengukuran	41
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai (r)	50
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 2 Responden Menurut Umur.....	55
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga X1	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek X2.....	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Produk X3	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pemelian Y	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4. 10 Hasil analisis statistik deskriptif	66
Tabel 4. 11 Hasil regresi linier berganda	67
Tabel 4. 12 Hasil koefisien korelasi (R)	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²)	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan F	70

ABSTRAK

Skripsi ini pada dasarnya membahas pengaruh harga, citra merek, dan produk terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah yang bertujuan guna mengetahui, menganalisis dan membuktikan pengaruh harga, citra merek, dan produk terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah secara simultan maupun parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok tani desa bayung lencir dengan total populasinya 203 Dengan jumlah sampel 67 responden. Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang diperoleh melalui hasil kuisisioner yang disebarakan kepada responden dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, uji simultan (F) dan uji parsial (t) dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : harga, citra merek, dan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil analisa koefisien korelasi yang didapatkan diketahui bahwa variabel harga, citra merek, dan produk mampu menjelaskan variabel dependen keputusan pembelian sebesar 56,3% dan sisanya 43,7 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Bagi pihak terkait dapat mempertahankan atau meningkatkan citra merek Untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang dijual beserta harganya pihak terkait dapat memberikan potongan harga/diskon untuk menimbulkan minat beli pada konsumen.

Kata Kunci : harga, citra merek, produk dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This thesis basically discusses the influence of price, brand image and product on the decision to purchase non-subsidized fertilizer at PT Rudi Apriadi Lifiah with the aim of knowing, analyzing and proving the influence of price, brand image and product on the decision to purchase non-subsidized fertilizer at PT Rudi Apriadi Lifiah simultaneously or partially. The population in this study was the Bayung Lencir village farmer group with a total population of 203 with a sample size of 67 respondents. This type of research is research obtained through the results of questionnaires submitted to respondents using a quantitative approach. This research uses multiple linear analysis. The analysis technique used is multiple linear analysis, classical assumption test, correlation coefficient, simultaneous test (F) and partial test (t) using SPSS.

The results of this research are as follows: price, brand image and product simultaneously have a significant influence on purchasing decisions. Meanwhile, partially the price variable has a significant effect on purchasing decisions. The brand image variable has a significant effect on purchasing decisions. Product variables have a significant effect on purchasing decisions.

The results of the correlation coefficient analysis obtained show that the price, brand image and product variables are able to explain the dependent variable of purchasing decisions by 56.3% and the remaining 43.7% is explained by other variables not examined in this research. Related parties can maintain or improve the brand image. To attract consumer interest in the products being sold and their prices, related parties can provide price cuts/discounts to generate buying interest in consumers.

Keywords : *price, brand image, product and purchasing decisions.*

RIWAYAT HIDUP

Nelson Pandapotan Sitompul, dilahirkan di Palembang pada tanggal 14 Juli 2002 dari Bapak Marolop Sitompul dan Ibu Marlinda Hutabarat, anak ke 3 dari 4 bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 12 Talang Kelapa, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2017 di SMPN 51 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2020 di SMKN 4 Palembang. Pada tahun 2020, memasuki Fakultas Ekonomi dan bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Sumatera Selatan memiliki luas daratan sebesar 86 771,68 km² dan dialiri banyak sungai, salah satunya yaitu Sungai Musi yang merupakan sungai terpanjang di Pulau Sumatera dengan panjang sekitar 750 km. Terdiri atas 13 kabupaten, 4 kota madya, 212 kecamatan, 354 kelurahan, dan 2.589 desa dengan sektor pertanian yang tersebar hamper merata disetiap wilayah. Data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan menempatkan sektor pertanian menjadi salah satu sektor ekonomi yang secara konsisten memberikan kontribusi besar dalam perekonomian di Provinsi Sumatera Selatan.

Sektor pertanian memegang peranan penting dalam menyediakan pasokan pangan bagi masyarakat di Sumatera Selatan. Dalam konteks ini, penggunaan pupuk merupakan faktor penting dalam meningkatkan produktivitas pertanian. Untuk memenuhi permintaan pertanian yang terus meningkat, strategi pemasaran produk pupuk yang efektif sangatlah penting. Salah satu penjualan pupuk bersubsidi dan non subsidi adalah PT Rudi Apriadi Lifiah.

Perseroan Terbatas (PT) yang dulunya disebut juga dengan Naamloze Vennootschaap (NV) adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari saham-saham yang dapat diperjualbelikan, perubahan kepemilikan perusahaan dapat

dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan. Perseroan Terbatas (PT) merupakan perserikatan beberapa pengusaha swasta menjadi satu kesatuan untuk mengelola usaha bersama, dimana perusahaan memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk menyertakan modalnya ke perusahaan dengan cara membeli saham perusahaan.

Seorang petani, pada dasarnya mereka sangat membutuhkan akan adanya pupuk sebagai kebutuhan pasokan pangan tanamannya, sehingga pupuk adalah salah satu kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi, namun karena keterbatasan penyediaan pupuk bersubsidi yang sedikit, maka dengan hal ini, mengharuskan petani untuk membeli pupuk non subsidi yang jika dilihat dari segi harga jauh lebih mahal. pupuk ini ialah jenis pupuk industri yang tidak mendapat subsidi, maka dari itu harga nya juga jauh lebih mahal di banding dengan pupuk subsidi.

Harga menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Karena pada dasarnya konsumen akan membandingkan harga jual suatu produk dengan harga produk sejenis yang dimiliki pesaing. Harga suatu produk atau jasa merupakan faktor penting dalam permintaan pasar. Harga merupakan pertimbangan yang sangat penting bagi konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa. Konsumen lebih mungkin untuk membeli produk yang sama berulang kali jika mereka puas dengan harga yang ditawarkan. Menurut (Tjiptono, 2018: 151), "Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan

dengan konsep pertukaran (exchange) dalam pemasaran”. Ketersediaan pupuk non-subsidi dengan harga yang bersaing akan memberikan keuntungan kompetitif bagi PT Rudi Apriadi Lifiah.

Selain itu, Citra merek memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek (Ernawati, 2021). Citra merek tidak hanya mencakup aspek visual tetapi juga mencerminkan kualitas, keandalan, dan reputasi produk di mata konsumen. Citra merek yang baik dapat mempengaruhi persepsi petani terhadap kualitas pupuk dan mempengaruhi keputusan pemilihan produk. Citra merek yang positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk PT Rudi Apriadi Lifiah, sehingga memengaruhi keputusan pembelian. Namun dalam konteks keputusan pembelian, bukan hanya citra merek saja yang memegang peranan penting. Produk juga menjadi faktor utama yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian.

Produk merupakan segala sesuatu berbentuk fisik maupun non fisik, yang ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi konsumen sebagai pemenuhan atas kebutuhan atau masalahnya (Oscar et al., 2020). Kualitas produk pupuk non-subsidi juga merupakan faktor krusial dalam memenuhi harapan konsumen. PT Rudi Apriadi Lifiah perlu memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki standar kualitas tinggi

untuk mendukung keputusan pembelian konsumen. Pemahaman tentang bagaimana harga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk pupuk serta bagaimana citra merek memainkan peran dalam proses keputusan pembelian petani menjadi sangat penting dalam meningkatkan penetrasi pasar dan keberhasilan produk pupuk di pasaran.

Saat ini kebutuhan akan sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pertanian diperkirakan sangat besar, dan pupuk sangat bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan pertanian, sehingga akan semakin banyak pula usaha jasa yang menyediakan pupuk. Seperti halnya di kota Palembang, banyak perusahaan yang menjadi distributor pupuk urea dan pupuk NPK PT Pupuk Sriwidjaja, salah satunya adalah PT Rudi Apriadi Lifiah Selain menawarkan pupuk murah, PT Rudi Apriadi Lifiah juga merupakan pemasok pupuk murah. Pada Peraturan Menteri Pertanian No 10 Tahun 2022 mengatur tentang penyaluran pupuk bersubsidi diprioritaskan pada 9 komoditas utama berdasarkan kebutuhan pangan pokok Negara, untuk sektor perkebunan tidak ada lagi pembagian pupuk bersubsidi.

Karena harga pupuk nonsubsidi lebih mahal dua setengah kali lipat, maka dikhawatirkan petani akan membeli pupuk dengan harga lebih murah dan terjangkau . Karena harganya dua setengah kali lipat lebih mahal, maka petani harus mengetahui cara membeli pupuk kualitas standar dengan harga lebih murah, dan tentunya harga tersebut merupakan keputusan petani untuk membeli pupuk non subsidi

PT Rudi Apriadi Lifiah yang Beralamat di Jl. Kol. H. Burlian No.412, Karya Baru, Kec. Alang-Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30153, merupakan suatu perusahaan industri yang bergerak dibidang distributor atau penyaluran yang menjual dua jenis pupuk yaitu pupuk bersubsidi dan non subsidi yang berasal dari PT Pusri. PT Rudi Apriadi Lifiah dalam hal pemasaran produk masih secara langsung yang dimana pimpinan dan karyawan PT Rudi Apriadi Lifiah bertemu secara langsung kepada petani (konsumen) dimana pertemuan dilakukan setiap 1-2 kali dalam setahun, pertemuan ini biasanya membahas mekanisme penjualan dan pembelian pupuk di PT Rudi Apriadi Lifiah. Produk yang dipasarkan di PT Rudi Apriadi Lifiah yaitu produk urea dan npk dari PT Pusri jadi bisa dibilang PT Rudi Apriadi Lifiah ini sebagai penyalur ke petani.

Mengingat pupuk non-subsidi bukanlah produk konsumen sehari-hari, perusahaan perlu memahami tingkat kepentingan keputusan pembelian pada segmen pasar tertentu. Apakah keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh harga, citra merek, atau kualitas produk. Perubahan tren konsumen dan preferensi pasar juga perlu diperhatikan. Penelitian tentang pengaruh harga, citra merek, dan produk terhadap keputusan pembelian pupuk akan memberikan wawasan yang berharga bagi produsen pupuk dan pemangku kepentingan dalam industri pertanian. Analisis terhadap preferensi konsumen terkait harga, citra merek, dan produk dapat membantu PT Rudi Apriadi Lifiah untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka mendalam terhadap faktor-faktor ini akan membantu memahami perilaku pembelian petani dan

mengoptimalkan strategi pemasaran pupuk untuk meningkatkan keberhasilan produk di pasaran pertanian yang kompetitif.

Berdasarkan beberapa uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul :
“Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Non Subsidi Pada PT Rudi Apriadi Lifiah“.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka permasalahan dalam penelitian adalah :

1. Apakah ada pengaruh harga, citra merk, dan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah?
2. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah?
3. Apakah ada pengaruh citra merk secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah?
4. Apakah ada pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan :

1. Pengaruh harga, citra merk, dan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah

2. Pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah
3. Pengaruh citra merk secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah
4. Pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT Rudi Apriadi Lifiah

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

a. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga merupakan syarat peneliti untuk menyelesaikan program S1 Manajemen Universitas Tridinanti.

b. Bagi Akedemis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya ilmu manajemen pemasaran yang berhubungan dengan harga, citra merk dan produk.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan, bahan pertimbangan, serta memecahkan masalah kepada manajemen perusahaan dalam menerapkan kebijakan-kebijakan utamanya yang menyangkut bidang-bidang yang berkaitan dengan harga, citra merk, dan produk

terhadap keputusan pembelian pupuk non subsidi pada PT. Rudi Apriadi
Lifiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi (2015) Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif. Yogyakarta: Diva Press.
- Assauri, Sofjan (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran: PT Raja Grafindo Persada.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745–1771.
- Buchari Alma, (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Cendana, Muhammad Bima. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada ISP (Internet Service Provider) MNC Play Media (Survey Pada Pelanggan MNC Play Media di Kota Bandung. *Jurnal*. Bandung: Universitas Pasundan. repository.unpas.ac.id/26630/5/BAB%20II.docx diakses pada tanggal 18 Januari 2018.
- Chalil, R. D. et al. (2020). Brand, Islamic Branding, & Re-Branding (1st ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.666>
- Evita, Nurul. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2023. Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir Edisi Ketiga Cetakan Pertama, Universitas Tridinanti, Palembang.
- Firmansyah, A. (2019). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, Philip. & Armstrong, G. (2016). Principles Of Marketing. 11th Edition. Prentice Hall International inc. New Jersey: Person.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2019). 10 th. Edition. “Marketing an Introduction”. Indonesia: Perason.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2017), Principles of Marketing, Edisi : 17, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. Marketing Management, 15th edition. United States: Pearson Education.
- Laras, G. M. D., & Firmansyah, E. (2018). Citra Merek dan Keputusan Pembelian Konsumen: Kasus pada Produk Mie Instan. JWM (Jurnal Wawasan Manajemen), 6(2), 131–151.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- NASUTION. M. AMRI. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. DYZA SEJAHTERA MEDAN. JURNAL WARTA EDISI 59 TAHUN 2019, HALAMAN 1-18.
- Oscar, B., Mb, S., & Megantara, H. C. (2020). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSLIM ARMY*. 10.
- Pertiwi, M. I., & Edy Yulianto, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker’s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 181.
- Purwati, Heri Setiawan, dan Rohmawati (2012). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda Matic Beat pada PT. Nusantara Solar Sakti. 2(3), 260-277. (sumber Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi).

- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Sutiyono. R., & Brata. H. (2020). The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*. 1(6), 945–967.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tjiptono, F., Fandy, T., & Gregorius Chandra, G. (2011). *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2018). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.