

**PENGARUH KEBIJAKAN HARGA, VARIAN PRODUK, DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK INDOMIE PADA PT. INDOFOOD CBP
SUKSES MAKMUR TBK DI PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



DIAJUKAN OLEH :

I MADE RAMA BAYU DERMAWAN

NPM 2101110056

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : I MADE RAMA BAYU DERMAWAN
Nomor Pokok : 2101110056
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KEBIJAKAN HARGA, VARIAN
PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK INDOMIE PADA PT. INDOFOOD
CBP SUKSES MAKMUR TBK DI
PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 3-02-2025

Pembimbing I : Baidowi Abdhie, S.E., M.P
NIDN. 0210116101

Tanggal 3-02-2025

Pembimbing II : Herman Afrizal, S.E., M.M
NIDN. 0202066602

Dekan,

Mengetahui,

Ketua Prodi Manajemen,



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

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI


FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : I MADE RAMA BAYU DERMAWAN
Nomor Pokok : 2101110056
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KEBIJAKAN HARGA, VARIAN PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE PADA PT. INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK DI PALEMBANG

Penguji Skripsi :


Tanggal 3-02-2025

Ketua Penguji : 
Baidowi Abdhie, S.E., M.P
NIDN. 0210116101

Tanggal 3-02-2025

Penguji I : 
Herman Afrizal, S.E., M.M
NIDN. 0202066602

Tanggal 5-02-2025


Penguji II : 
Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si
NIDN: 0201018001


Mengetahui,

Ketua Prodi Manajemen,

Dekan,




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


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi untuk dicapai kecuali hanya niat yang terlalu rendah untuk melangkah, maka dari itu kita perlu berusaha dan niat semaksimal mungkin sisanya tuhan yang sudah mengaturnya maka dari segala sesuatu yang kita lakukan dalam hidup ini untuk melangkah berusaha juga didalam doa pasti diiringi dengan kata semoga.

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Ide Shanghyang Widi Wase skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Alm. I Wayan Saputra, seseorang panutan dalam hidup saya biasanya saya sebut bapak. astungkare kini penulis sudah berada ditahap ini, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan perkuliahan. bagi ku beliau itu pedoman dalam hidup ku bagi ku yang gigih dan terus mengasi suport dan motivasi sebelum dia pergi. dan menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai perwujudan sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi. Terimakasih mengantar saya di tempat ini, walaupun pada akhirnya saya harus berjuang tertatih tanpa kau temani lagi.
2. Ni Nyoman Sumartini, seseorang yang mempunyai pintu surga ditelapak kakinya yang telah melahirkan penulis karya sederhana ini dengan sabar dan bangga membesarkan putra keduanya serta telah melangitkan doa-doa baik demi studi penulis saya persembahkan karya tulis sederhana dan gelar ini untuk ibu.
3. I Wayan Lendra dan Niketut Mari seseorang panutan saya juga biasanya saya sebut kakek dan nenek, beliau ini pahlawan bagi cucu-cucu nya namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan study nya sampai sarjana.
4. Dan untuk diri saya juga terimakasih sudah bertahan di detik ini yang mampu mengendalikan. tekanan dari luar yang sesulit apapun rintangan nya dan almamater kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Tanpa berkat dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini.

Dengan penuh rasa syukur, peneliti berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Kebijakan Harga, Varian Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang**" sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi.

Tak lupa, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada

1. Bapak Prof.Dr.Ir.H.Edizal AE,MS 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti
4. Bapak Baidowi Abdhie, S.E.,M.P selaku pembimbing 1
5. Bapak Herman Afrizal, S.E.,M.M selaku pembimbing 2
6. Seluruh dosen dan civitas akademik fakultas ekonomi dan bisnis
7. PT INDOFOOD CBP Sukses Makmur dipalembang yg telah memberi akses terbuka untuk melakukan penelitian

8. Keluarga besar yg selalu memberi semangat dan motivasi
9. Almamater manajemen angkatan 2021

Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti, dengan segala kerendahan hati, penulis banyak menyampaikan terima kasih. Semoga Allah Swt memberi balasan yang setimpal bagi kebaikan yang di berikan.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan skripsi ini juga terbuka atas masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadi sempurna.

Palembang, Desember 2024

I Made Rama Bayu Dermawan

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : I MADE RAMA BAYU DERMAWAN

NIM : 2101110056

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Kebijakan Harga, Varian Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang** dibuat dengan benar dan tidak meniru atau menjiplak atas penelitian orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.

Palembang, Desember 2024



I MADE RAMA BAYU D.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Kebijakan Harga	14
2.1.3 Varian Produk	16
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	19
2.2 Penelitian Yang Relevan	22
2.3 Kerangka Berfikir	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.1.1 Tempat Penelitian.....	26

3.1.2	Waktu Penelitian	26
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan data.....	27
3.2.1	Sumber Data.....	27
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1	Populasi.....	28
3.3.2	Sampel.....	28
3.3.3	Teknik Sampling	29
3.4	Rancangan Penelitian.....	32
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5.1	Variabel Penelitian	32
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	33
3.6	Instrumen Penelitian	35
3.6.1	Uji Instrumen	36
3.7	Teknik Analisis Data	38
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	38
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.7.3	Analisis Koefisien Korelasi (r)	41
3.7.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	42
3.7.5	Uji Hipotesis	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Gambaran Umum PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk ...	46
4.1.2	Visi dan Misi PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	48
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	49
4.1.4	Tugas dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi	49
4.1.5	Karakteristik Responden Penelitian	51

4.1.6 Uji Instrumen Penelitian	52
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	55
4.1.8 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.1.9 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	58
4.1.10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	59
4.1.11 Uji Hipotesis	60
4.2 Pembahasan	62
4.2.1 Pengaruh Kebijakan Harga, Varian Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.2.2 Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.2.3 Pengaruh Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian...	63
4.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	22
Tabel 3. 1 Kegiatan Penelitian	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 3. 4 Kriteria Koefisien Korelasi	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Kebijakan Harga	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Varian Produk	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Korelasi	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	56

ABSTRAK

I Made Rama Bayu Dermawan, Pengaruh Kebijakan Harga, Varian Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Di Palembang. Dibawah bimbingan Bapak Baidowi Abdhie, S.E.,M.P dan Bapak Herman Afrizal, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kebijakan Harga, Varian Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Di Palembang. Objek penelitian ini adalah *reseller* produk Indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang, Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 72 *reseller* produk Indomie. Adapun Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kebijakan Harga, Varian Produk, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang. Kebijakan Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang. Varian Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang. Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang.

Kata Kunci : Kebijakan Harga, Varian Produk, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

I Made Rama Bayu Dermawan, The Influence of Price Policy, Product Variants, and Customer Satisfaction on Indomie Product Purchasing Decisions at PT. Indofood CBP Success Makmur Tbk in Palembang. Under the guidance of Mr Baidowi Abdhie, S.E., M.P and Mr Herman Afrizal, S.E., M.M.

This research aims to determine the influence of price policy, product variants and customer satisfaction on purchasing decisions for Indomie products at PT. Indofood CBP Success Makmur Tbk in Palembang. The object of this research is the reseller of Indomie products at PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk in Palembang. The sample in this study was 72 resellers of Indomie products. Meanwhile, the data analysis technique in this research is multiple linear regression analysis.

The results of this research indicate that Price Policy, Product Variants, and Customer Satisfaction simultaneously influence the Purchase Decision for Indomie products at PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk in Palembang. Price Policy has no partial effect on Purchasing Decisions for Indomie products at PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk in Palembang. Product variants partially influence purchasing decisions for Indomie products at PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk in Palembang. Customer satisfaction partially influences purchasing decisions for Indomie products at PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk in Palembang.

Keywords: Price Policy, Product Variants, Customer Satisfaction, Purchasing Decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I Made Rama Bayu Dermawan, Dilahirkan Di Mukti Jaya Pada Tanggal 24 Mei 2003 Dari Bapak I Wayan Saputra Dan Ibu Ni Nyoman Sumartini, Anak Kedua Dari Dua Bersaudara. Sekolah Dasar Di Selesaikan Pada Tahun 2015, di SDN 5 Muara Telang, Sekolah Pertama Di Selesaikan Pada Tahun 2018 di SMPN 2 Muara Telang, Dan Selanjutnya Menyelesaikan Sekolah Menengah Atas Di SMAN 1 Muara Telang Pada Tahun 2021. Pada Tahun 2021 I Made Rama Bayu Dermawan Memasuki Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Di Universitas Tridinanti Palembang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang terus berkembang pesat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan perubahan gaya hidup masyarakat. Permintaan terhadap produk makanan olahan terus meningkat, baik untuk kebutuhan domestik maupun ekspor. Industri ini mencakup berbagai jenis produk, mulai dari makanan ringan, minuman, hingga makanan olahan siap saji. Didukung oleh pertumbuhan kelas menengah yang semakin besar, tren urbanisasi, serta meningkatnya preferensi terhadap makanan praktis dan higienis, penjualan produk makanan di Indonesia semakin menjanjikan. Selain itu, perkembangan teknologi dalam proses produksi dan distribusi juga turut mempengaruhi daya saing industri makanan lokal di pasar global. Tantangan yang dihadapi industri ini meliputi fluktuasi harga bahan baku, regulasi yang ketat terkait keamanan pangan, serta persaingan yang ketat dari produk impor. Meskipun demikian, dengan potensi pasar yang besar, sektor makanan di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang positif.

PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Indomie merupakan salah satu produk unggulan dari PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yang telah menjadi ikon di industri makanan Indonesia dan dikenal luas di pasar internasional. Diluncurkan pertama kali pada tahun 1972, Indomie menawarkan berbagai varian mi instan yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia dan dunia. Produk ini

memiliki rasa yang khas dan bervariasi, mulai dari rasa mi goreng hingga kuah, yang menyesuaikan dengan preferensi konsumen di berbagai wilayah. Popularitas Indomie tidak hanya didukung oleh rasanya yang lezat, tetapi juga karena kemudahan penyajiannya yang praktis dan cepat. Di pasar internasional, Indomie telah diekspor ke lebih dari 80 negara dan menjadi salah satu mi instan favorit di negara-negara Afrika, Timur Tengah, Asia Tenggara, dan Eropa. Keberhasilan Indomie dalam mempertahankan posisinya sebagai merek mi instan terdepan juga didukung oleh inovasi produk yang terus dikembangkan oleh Indofood, menjadikannya salah satu produk andalan perusahaan dalam skala global.

Arfah (2022) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk, dan selama proses pengambilan keputusan, mereka terlibat dalam berbagai aktivitas yang memengaruhi pilihan mereka. Ada beberapa langkah dalam proses ini, mulai dari menentukan kebutuhan hingga mengumpulkan informasi, mempertimbangkan berbagai pilihan, dan membuat pilihan akhir. Komunikasi yang efektif dengan pelanggan melalui taktik pemasaran, pengembangan merek, dan inovasi produk untuk menawarkan varian baru sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memengaruhi keputusan pembelian mereka (Sari dkk., 2022). Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, termasuk kebijakan harga, varian produk, dan kepuasan konsumen (Pardede & Haryadi, 2017).

Ketika konsumen membuat keputusan pembelian, harga merupakan faktor utama yang mereka pertimbangkan (Saragih dkk., 2023). Harga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Sebagai faktor utama yang

dipertimbangkan, harga menentukan apakah suatu produk dianggap layak dibeli sesuai dengan anggaran atau nilai yang dirasakan oleh konsumen. Produk dengan harga yang kompetitif, seperti Indomie, menarik konsumen terutama dari segmen yang sensitif terhadap harga. Kebijakan harga yang terjangkau mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar dan memperkuat loyalitas pelanggan, terutama bagi konsumen yang mencari produk berkualitas dengan harga yang bersahabat.

Harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dibutuhkan untuk membeli suatu barang atau jasa, menurut (Gitosudarmo, 2019). Harga mencakup prosedur pembelian dan penjualan secara langsung (fisik) maupun secara daring di *platform marketplace* dan media sosial. Dari segi kebijakan harga, Indomie dikenal sebagai produk yang memiliki harga terjangkau untuk semua kalangan, baik di pasar domestik maupun internasional. Harga yang kompetitif ini menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen, terutama di segmen masyarakat menengah ke bawah yang mencari makanan cepat saji yang ekonomis.

Penelitian yang dilakukan oleh Yohana & Ginanjar (2021), Pratiwi dkk (2020), dan Sari & Prihartono (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara Nasution dkk (2019) dan Mendur dkk (2021) menyatakan tidak berpengaruh.

Konsumen cenderung lebih senang dan membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli dan tidak perlu membeli barang lain ketika produsen menjual berbagai macam produk. Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh varian produk yang ditawarkan oleh produsen. Keberagaman varian

memungkinkan konsumen untuk memilih produk yang paling sesuai dengan preferensi mereka, seperti rasa, ukuran, atau fitur lainnya.

Varian produk suatu merek dapat diidentifikasi berdasarkan ukuran, biaya, atau atribut lainnya (Imanullah, 2022). Hal ini menunjukkan bagaimana variasi produk dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Indomie sendiri menawarkan berbagai varian produk yang sangat beragam, mulai dari rasa klasik seperti mi goreng dan kuah, hingga varian rasa unik yang menyesuaikan preferensi regional. Inovasi dalam menciptakan varian-varian baru ini tidak hanya menjaga loyalitas konsumen lama, tetapi juga menarik minat konsumen baru.

Penelitian Suhardi dkk (2021), Purwati dkk (2019), dan Kojongian dkk (2019) menyatakan bahwa varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara Fadhila dkk (2022) dan Suhardi (2022) menyatakan tidak berpengaruh.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan, hal yang penting untuk dilakukan adalah menganalisis keinginan mereka (Hanim, 2022). Hal ini membantu membangun hubungan dengan konsumen selain membantu memenangkan persaingan pasar. Kepuasan konsumen terhadap Indomie juga terbilang sangat tinggi, didorong oleh kualitas produk yang konsisten, rasa yang lezat, serta kemudahan dalam penyajian. Kombinasi dari harga yang terjangkau, pilihan varian yang luas, dan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi menjadikan Indomie sebagai salah satu produk mi instan terpopuler di Indonesia dan dunia, serta memengaruhi kuatnya keputusan pembelian di berbagai pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurrachmi & Setiawan (2020) dan Pratama & Rakhman (2022) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara Ganeshha & Rinanda (2022) menyatakan tidak berpengaruh.

Meskipun Indomie dikenal dengan harga terjangkau, persaingan di pasar mi instan semakin ketat. Munculnya produk-produk mi instan lain yang menawarkan harga lebih rendah atau promosi yang lebih agresif dapat menyebabkan konsumen beralih ke merek lain. Harga jual Indomie juga bisa bervariasi tergantung pada wilayahnya. Di kota Palembang sendiri, harga jual tersebut mungkin lebih stabil karena distribusi yang lebih baik dan biaya logistik yang lebih rendah. Sebaliknya, di daerah terpencil atau wilayah dengan akses distribusi terbatas, harga Indomie bisa lebih tinggi karena biaya transportasi yang lebih besar dan kurangnya persaingan ritel. Masalah ini bisa memengaruhi keputusan pembelian konsumen yang sangat sensitif terhadap harga.

Kejenuhan konsumen terhadap varian lama indomie juga dapat muncul seiring dengan banyaknya produk baru dari merek lainnya yang hadir sesuai dengan tren terkini. Varian-varian klasik seperti Mi Goreng dan Soto memang tetap populer, tetapi konsumen, terutama di segmen muda, seringkali menginginkan rasa baru yang lebih inovatif. Jika inovasi produk tidak berjalan, ini dapat menyebabkan kebosanan dan menurunkan minat beli.

Selain itu, tren gaya hidup sehat juga semakin meningkat bisa menjadi tantangan bagi Indomie, mengingat sebagian konsumen mulai menghindari produk olahan yang dianggap kurang sehat, seperti mi instan. Meski Indomie menawarkan

rasa yang lezat, konsumen yang lebih sadar akan kesehatan mungkin merasa kurang puas jika produk tidak menyediakan pilihan yang lebih sehat.

Atas dasar latar belakang, penelitian terdahulu, dan fenomena penelitian yang telah penulis jabarkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kebijakan Harga, Varian Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kebijakan Harga, Varian Produk, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang?
2. Apakah Kebijakan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang?
3. Apakah Varian Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh secara simultan Kebijakan Harga, Varian Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang.
2. Pengaruh secara parsial Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang.
3. Pengaruh secara parsial Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang.
4. Pengaruh secara parsial Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian produk indomie pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak , bukan hanya bermanfaat bagi Peneliti melainkan juga bermanfaat bagi pembaca. Berikut beberapa manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambahkan wawasan baru dan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan pemasaran mengenai kebijakan harga, varian produk dan kepuasan terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar studi perbandingan dan dipergunakan sebagai refensi pada penelitian-penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dengan penelitian ini perusahaan dapat mengetahui gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian indomie, sehingga perusahaan dapat mempertimbangkan strategi penjualan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhie, Baidowi. (2023). *Praktikum Statistik*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti. Palembang
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Fadhila, F., Munte, S., & Polewangi, Y. D. (2022). Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan. *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin & Industri (JITMI)*, 1(1), 53-68.
- Ganesha, T. P., & Rinanda, S. (2022). pengaruh harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Thrift store di Instagram. *Jurnal Enterpreneur dan bisnis (JEBI)*, 1(2).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (Ibm Spss). Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hafizhudin, R., & Afriansyah, H. (2019). Konsep Dasar Pengambilan Keputusan. *Jurnal Administrasi Pendidikan. Padang: Universitas Negeri Padang*.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(1), 31-55.
- Imanulah, R., Andriyani, I., Melvani, N.F. 2022. Pengaruh Citra Toko, VarianProduk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Restoran Pancious Soma Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. 10(1). DOI:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1>
- Kojongian, A. S., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou. id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157-161.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kumontoy, M., Tumbel, A., & Tampenawas, J. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow di Ms Glow Pusat Tondano. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 568-579.
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nurrachmi, I., & Setiawan, S. (2020). Pengaruh religiusitas, kepercayaan, dan kepuasan terhadap keputusan pembelian ulang produk halal. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2), 126-137.

- Nursiana, E., Prasetya, A., GS, A. D., Mahjudin, M., & Zuhro, D. (2023). Mengukur Citra Carrefour Bg Junction Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 153-166
- Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh brand ambassador, kepuasan pelanggan dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk Acne care scarlett whitening di kelapa gading, Jakarta utara. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 621-628.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20-28.
- Rangkuti, H. A. (2018). *Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan PT Telkom Divisi Enterprise Service Regional I Sumatera* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Ridho, M., Murdiyanto, E., & Rahmawati, Z. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Vandee Sport Kediri*. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, 1(7), 110-120.
- Sari, A. C. M., Purbowati, D., & Fadlillah, F. F. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Iklan Tv Dan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 175–190.
- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 320-330.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Kustantina, K., & Darmawan, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Segar. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(01), 52-64.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andi