

# **ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOLAR INDUSTRI PT GLOBAL BORNEO TRANSPORT**

Anita Febriyanti<sup>1</sup>, Kurniaty<sup>2</sup>, Defin Shahrial Putra<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 18311054

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 196007121991112001

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 061605918

**Email:anitafebriyantiii@gmail.com**

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah Untuk menguji dan menganalisis apakah produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian solar industri PT Global Borneo Transport, Untuk menguji dan menganalisis apakah produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian solar industri PT Global Borneo Transport dan Untuk menguji dan menganalisis faktor manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian solar industri PT Global Borneo Transport

Jenis penelitian pada skripsi ini adalah kuantitatif dengan sifat penelitian eksplorasi yaitu berusaha untuk mencari hubungan-hubungan yang relatif baru. Jumlah populasi pelanggan PT Global Borneo Transport sebanyak 300 customer, jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dalam penelitian ini adalah 171 sampel. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji analisis regresi berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bakar minyak jenis solar industri dengan nilai thitung  $2,811 >$  ttabel  $2,028$  dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bakar jenis solar industri ini dibuktikan dengan nilai thitung  $2,696 >$  ttabel  $2,028$  dengan nilai signifikan  $0,037 < 0,05$ . Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bakar jenis solar industri, nilai sig thitung  $0,792 <$  ttabel  $2,028$  dengan nilai signifikan  $0,430 > 0,05$ . Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bahan bakar jenis solar industri, dimana nilai thitung  $0,074 <$  ttabel  $2,028$  dengan nilai signifikan  $0,490 < 0,05$ . Variable produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk bahan bakar minyak jenis solar industri dengan nilai signifikan  $0,003 < 0,05$  dan memiliki nilai fhitung  $4,738 >$  dari f tabel  $2,77$

**Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to test and analyze whether product, price, and location partially influence the purchasing decision of PT Global Borneo Transport's industrial diesel,*

*Borneo Transport and To examine and analyze the factors that have a dominant influence on the purchasing decision of PT Global Borneo Transport's diesel industry*

*The type of research in this thesis is quantitative with the nature of exploratory research, namely trying to find relationships that are relatively new. The total customer population of PT Global Borneo Transport is 300 customers, the number of samples using the Slovin formula in this study is 171 samples. The data analysis technique used is validity test, reliability test, questionnaire description test and hypothesis testing.*

*Based on the results of the research, the product has a positive and significant effect on purchasing decisions for industrial diesel fuel with a value of  $t_{count} 2.811 > t_{table} 2.028$  with a significant value of  $0.001 < 0.05$ . Price has a positive and significant effect on purchasing decisions for industrial diesel fuel, as evidenced by the value of  $t_{count} 2.696 > t_{table} 2.028$  with a significant value of  $0.037 < 0.05$ . Promotion has no positive and significant effect on purchasing decisions for industrial diesel fuel, the value of  $t_{count} 0.792 < t_{table} 2.028$  with a significant value of  $0.430 > 0.05$ . Location does not have a positive and significant effect on purchasing decisions for industrial diesel fuel, where the value of  $t_{count}$  is  $0.074 < t_{table} 2.028$  with a significant value of  $0.490 < 0.05$ . Product, price, promotion and location variables have a significant effect on purchasing decisions for industrial diesel fuel products with a significant value of  $0.003 < 0.05$  and has a  $f_{count}$  value of  $4.738 > f_{table} 2.77$*

***Keywords: Product, Price, Promotion, Location, Purchase Decision***

6. Yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bahan bakar minyak jenis solar industri adalah variabel harga dengan nilai beta 0,126.

Berdasarkan kesimpulan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka saran yang dapat diberikan penulis untuk dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Menimbang bahwa promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka kegiatan promosi yang harus dilakukan oleh PT Global Borneo Transport melalui media cetak, media elektronik maupun spanduk harus terus ditingkatkan lagi sehingga produk bahan bakar minyak solar industri tetap menarik perhatian pelanggan sehingga terus mengkonsumsinya. Sementara untuk lokasi pengisian depo perlu adanya saluran distribusi yang ringkas, terutama di daerah-daerah yang masih sulit menjangkau produk bahan bakar minyak solar industri karena masih banyak masyarakat atau perusahaan yang jauh dari keramaian. Berdasarkan analisis harga dan produk, perusahaan harus tetap menjaga kestabilan harga dan kualitas produk agar tetap terjangkau karena produk bahan bakar minyak jenis solar sudah menjadi kebutuhan pokok dari dunia industri.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Pada penelitian ini diketahui bahwa ada dua variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian bahan bakar minyak jenis solar industri pada PT Global Borneo Transport, yaitu variabel produk dan harga. Sebaiknya peneliti selanjutnya mencari variabel-variabel yang juga mempengaruhi keputusan pembelian yang belum dibahas dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.

Engel, et all. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta.

Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Penerbit. Andy. Yogyakarta.

Freddy Rangkuty. 2010. *Riset Pemasaran*. Cetakan Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Husein Umar. 2013. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.

Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2012. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Buku 2. Salemba empat. Jakarta.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Prenhalindo. Jakarta.

Kurniawan, Hery. 2006. *Analisis Pengaruh Faktor Dari Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Mie Instan Merk Sedaap (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unmer Malang)*. Proposal. Universitas Merdeka Malang.

Lamb, Charles. W. et. All. 2011. *Pemasaran*. Buku I Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Mowen. H. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Penerbit. Andi. Yogyakarta.

Rismiati, Catur. dan Bondan Sutrisno. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Kanisius. Jakarta.

Swasta, Basu dan Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Barang dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua BPFE, Yogyakarta.

*Analisis Pemetaan Beberapa Merek Kopi dan Implikasinya Pada Pemasaran Kopi*”, Universitas Indonesia, Jakarta, 2002

Sulistiyawati, Eka, Multifiah, Titik, Dan Parubak, armanu. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Patung Kayu Pada Toko Kerajinan Di Kecamatan Sukawati, Gianyar, Bali*”, FE Unibraw, Malang, 2001.

Sujoko. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Memakai Jasa Warnet di Kota Jember*”, UNTAG, Surabaya, 2002.

Susana, Erni. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Dalam Membeli Film Kamera Merek Fuji di Kotamadya Surabaya*”, UNTAG, Surabaya, 2000.

Tedjakusuma, Ritawati, Hartini, Sri Muryani. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*” Universitas Airlangga, Surabaya, 2003.

Ujianto, Abdurrachman. “*Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Kasus Konsumen Di Jawa Timur)*”, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 2003.

Wahyudian, Sumarwan, Ujang, Hartoyo. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Kopi dan*