

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan sumberdaya alam dan mempunyai ketersediaan lahan yang luas untuk menunjang kegiatan pertanian. Kegiatan pertanian yang ada di Indonesia menghasilkan bahan pokok makanan yang di konsumsi sehari-hari oleh sebagian besar masyarakat indonesia. Hasil-hasil pertanian yang ada terdiri atas tanaman pangan (padi, jagung, ketela pohon, ubi jalar, kedelai dan kacang tanah) dan tanaman perdagangan (teh, tebu, kopi, karet, kelapa sawit, kelapa, kina, cengkeh, kapas).Kedua hasil pertanian tersebut bisa di olah untuk menjadi bahan makanan maupun minuman untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Indonesia (**belajar.kemdikbud.go.id, 2008**).

Dari sekian banyaknya hasil pertanian yang ada di Indonesia, kelapa sawit merupakan salah satu hasil pertanian yang memberikan manfaat yang cukup besar dalam pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat Indonesia.Kelapa sawit bisa dimanfaatkan untuk membuat minyak goreng, margarin, sabun, kosmetika, dan lain-lain.Minyak goreng merupakan salah satu bahan makanan yang banyak digunakan untuk kehidupan sehari-hari.Minyak goreng digunakan sebagai media menggoreng yang bertujuan untuk menjadikan makanan gurih dan renyah, meningkatkan cita rasa, perbaikan tekstur dan pembawa rasa.

Industri minyak goreng sawit di Indonesia menjadi dua, yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan bermerek. Minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang dijual ke pasar tanpa menggunakan merek dan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

label produk yang biasanya ditempatkan di dalam jerigen besar atau drum lalu dijual kepada konsumen secara eceran. Minyak goreng kemasan bermerek adalah minyak goreng yang ditawarkan ke pasar dengan menggunakan kemasan, merek, dan label produk.

Peralihan pola konsumsi masyarakat dari minyak goreng curah ke minyak goreng bermerek pun semakin besar. Minyak goreng yang dikemas dalam botol atau plastik dianggap lebih bersih dan higienis oleh masyarakat daripada minyak goreng yang dijual eceran oleh pedagang keliling yang ditempatkan di dalam jerigen dan drum. Hal ini semakin membuka lebar peluang pasar bagi industri minyak goreng bermerek. Selain itu, minyak goreng merupakan bahan pokok kebutuhan sehari-hari sehingga hampir seluruh masyarakat Indonesia mengkonsumsinya.

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang mengolah kelapa sawit menjadi minyak goreng, salah satunya adalah Grup Indofood dengan merek dagang minyak goreng "Bimoli" di bawah bendera PT. Salim Ivomas Pratama Tbk yang di produksi sejak tahun 1970-an dengan slogan "Kesempurnaan Minyak Goreng". Minyak goreng Bimoli berusaha menyajikan kualitas minyak terbaik dengan melakukan proses pengolahan enam tahap, mulai dari penghilangan getah, penjernihan warna minyak, penghilangan asam lemak bebas, pemurnian aroma, pembentukan fraksi padat sampai pemisahan fraksi padat dan minyak. Termasuk juga mempunyai kandungan Omega 9 yang berfungsi menjaga kadar normal kolesterol. Minyak goreng Bimoli terus menjaga kualitas produknya agar mendapat kepercayaan dari masyarakat akan mutu dan kualitasnya. Minyak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

goreng Bimoli pernah meraih Platinum Best Brand Award untuk kategori minyak goreng. Penghargaan itu diberikan berdasarkan survey yang dilakukan oleh Majalah SWA Sembada dan MARS Marketing Research dengan melibatkan 4.100 responden di lima kota besar di Indonesia (www.tempo.com, 2011).

Berikut ini adalah data jumlah penduduk dan rumah tangga yang ada di Kecamatan Tampan.

Tabel 1.1 : Data Jumlah Penduduk dan Rumah Tangga di Kec. Tampan Tahun 2013-2017

| Tahun | Jumlah Penduduk | Jumlah Rumah Tangga |
|-------|-----------------|---------------------|
| 2017 | 285.932 | 70.468 |
| 2016 | 269.062 | 66.338 |
| 2015 | 201.182 | 48.701 |
| 2014 | 194.331 | 47.839 |
| 2013 | 191.941 | 47.253 |

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru tahun 2019

Selain itu, minyak goreng merk Bimoli juga menjadi Top Brand nomor 1 di kelas minyak goreng, Top Brand Award adalah penghargaan yang diberikan kepada merek terbaik pilihan para konsumen. Dan data Top Brand ini didasarkan atas hasil riset terhadap konsumen Indonesia. Pemilihan oleh konsumen ini dilakukan melalui survey dari Frontier Consulting Group di sebelas kota besar di Indonesia yaitu di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Pekanbaru, Balikpapan, Denpasar, Palembang, dan Samarinda. Merek-merek yang mendapatkan predikat Top Brand adalah murni atas pilihan konsumen. Oleh karena itu pemilihan merek dalam Top Brand bersifat independen dan hasilnya pun dipublikasikan secara luas lewat majalah Marketing.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut ini merupakan tabel data hasil Tob Brand Award pada tahun 2014-2018 pada kategori makanan dan minuman untuk produk minyak goreng.

Tabel 1.2 : Data Top brand Award Kategori Minyak Goreng Tahun 2014-2018

| No | Tahun | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 |
|----|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Merek | TBI | TBI | TBI | TBI | TBI |
| 1 | Bimoli | 38,3 % | 43,7 % | 38,3 % | 44,7 % | 48,2 % |
| 2 | Tropical | 15,2 % | 15,4 % | 15,2 % | 15,1 % | 10,7 % |
| 3 | Sania | 12,8 % | 12,3 % | 12,8 % | 12,9 % | 10,8 % |
| 4 | Filma | 12,3% | 12,0 % | 12,3 % | 12,2 % | 11,7 % |
| 5 | Sunco | 7,8 % | 5,1 % | 7,8 % | 5,8 % | 3,0 % |

Sumber: www.topbrand-award.com

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih dari beberapa alternative pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu melalui pengaruh harga, kemasan, persepsi kualitas dan promosi penjualan menjadi salah satu factor yang meningkatkan kepuasan yang diperoleh oleh konsumen setelah memutuskan untuk membeli. **Kotler dan Armstrong (2008)** mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Proses pengambilan keputusan pembelian sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan. Pengambilan keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Para produsen menyadari bahwa setiap konsumen

memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan karena pesaing semakin ketat dan konsumen makin disajikan banyak pilihan. Untuk itulah para produsen harus lebih peka, kritis dan reaktif terhadap produk yang mereka buat agar dipilih dan dibeli oleh konsumen. Sebagai akibat dari adanya industri yang bermunculan, maka persaingan menjadi nomor satu di pasar, bisa ditentukan dari seberapa murah suatu produk, seberapa bagusnya kualitas produk atau layanan yang diberikan.

Harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Seringkali terjadi keluhan terhadap pelanggan dimana seorang pelanggan sering membeli produk dengan harga yang cukup mahal namun tidak memiliki nilai dimata konsumen dengan harga yang telah ditetapkan. Ketika membeli sebuah produk, pelanggan pada dasarnya menukar sesuatu yang bernilai (harga) dengan sesuatu yang bernilai (keuntungan dari perolehan atau penggunaan produk tersebut. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk atau jasa. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatar belakangi mengapa pembeli memilih membeli suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut. Hal ini diperkuat oleh pendapat **Tjiptono dalam Purwari (2012:204)** menyatakan, harga merupakan salah satu faktor penentu pembeli menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Promosi penjualan juga berpengaruh terhadap

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keputusan pembelian. Hal ini diperkuat oleh pendapat **Rambat Lupiyoadi (2013:92)** Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Dan didalam penelitian ini, penelitian dibatasi oleh variabel harga, dan promosi penjualan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Pada Ibu Rumah Tangga DiKecamatan Tampan Pekanbaru”**

1.2 Rumusan Masalah

Dalam sebuah penelitian, rumusan masalah merupakan hal yang terpenting. Hal ini diperlukan agar batasan masalah dapat menjadi jelas dan dapat dijadikan pedoman dalam melakukan sebuah penelitian.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?
2. Apakah persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?
3. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng merk Bimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah harga, persepsi kualitas, dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minyak goreng merkBimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?
4. Untuk mengetahui apakah harga, persepsi kualitas, dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada ibu rumah tangga di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti, Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perkuliahan dan memperluas wahana berfikir ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran yang dapat ditindak lanjuti.

3. Bagi para pembaca dan konsumen, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam suatu produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun rencana sistematika dalam penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Merupakan uraian teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang muncul dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai kerangka penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengambilan data, metode pengambilan populasi dan sampel, metode pengujian kuisioner, metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Merupakan gambaran umum mengenai produk minyak goreng Bimoli yang merupakan produk dari perusahaan PT. Salim Ivomas Pratama Tbk.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai hasil dari penelitian yaitu pengaruh harga, persepsi kualitas, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli (studi kasus pada ibu rumah tangga dikelurahan Tuah Madani kecamatan Tampan).

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan uraian tentang kesimpulan dan saran yang merupakan pernyataan singkat yang diambil dari analisis dan pembahasan penelitian dan mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi para konsumen minyak goreng Bimoli pada masyarakat pada umumnya.