

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang /atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan. Teknologi yang semakin maju membuat perubahan dalam dunia bisnis semakin cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Semakin berkembangnya zaman, berkembang pula gaya hidup konsumen saat ini yang semakin dinamis, pemenuhan akan kebutuhan masyarakat pun semakin berkembang ke arah yang lebih praktis. Dapat kita lihat contohnya di kota-kota besar di Indonesia, lonjakan tren hunian apartemen dan hunian eksklusif minimalis dalam beberapa tahun terakhir meningkat tajam. Dan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga para penghuni, tak terkecuali tabung gas untuk memasak, yang praktis namun banyak keunggulannya itu yang sangat diperlukan masyarakat.

Program pemerintah melakukan konversi dari BBM ke gas *Liquid Petroleum Gas* (LPG) berbuah hasil. Sekarang ini, masyarakat Indonesia sudah terbiasa memakai gas elpiji untuk keperluan rumah tangga.

Memasak menggunakan gas memang sudah menjadi bagian dari hidup kita sehari-hari sejak beberapa tahun yang lalu, sejak subsidi minyak tanah beralih ke LPG 3 kg. Namun sayangnya belum semua masyarakat Indonesia menyadari siapa saja yang berhak mendapatkan subsidi tersebut. Yang berhak mendapatkan subsidi tersebut adalah masyarakat kurang mampu dan pelaku bisnis mikro, akan tetapi banyak keluarga/bisnis yang masuk kategori mampu masih ikut menggunakannya.

Sedangkan Allah SWT telah memberikan hambanya keimanan dan ketakwaan. Kekayaan dan kecukupan hidup, hendaknya tidak menjadi kendala seseorang untuk bertakwa. Dia juga harus yakin bahwa iman dan takwa adalah nikmat dan karunia Allah SWT. “Oleh karena itu pemberian sedikit atau banyak harus kita syukuri dan dirasa cukup, itu lebih baik daripada selalu menganggap kekurangan. Dan adapun pandangan Islam hukum mengambil hak orang lain yaitu dosa dan tidak sesuai rukun iman, rukun islam, dan fungsi agama.” (Sia, 2018). Allah SWT berfirman dalam Q.S. al-Baqarah/2:188 yaitu:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَآ إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.*

Pendistribusian gas LPG 3 kg sering dikatakan salah sasaran karena banyak keluarga mampu/kaya juga membelinya, dimana seharusnya masyarakat dengan perekonomian mampu/kaya tidak mengambil hak masyarakat kurang mampu. Mungkin memang masih belum menyadari hal ini dan beranggapan bahwa gas LPG 3 kg bisa dibeli oleh siapa saja dan dari kalangan mana saja.

“Siapa saja yang boleh menggunakan LPG 3 kg yang disubsidi oleh pemerintah? Ketentuan yang diatur dalam Pasal 3 ayat (1) Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 104 Tahun 2007 Tentang tentang Penyediaan, Pendistribusian, dan Penetapan Harga Liquefied Petroleum Gas Tabung 3 kg (“Perpres 104/2007) yang berbunyi: ‘Penyediaan dan Pendistribusian LPG Tabung 3 kg hanya diperuntukkan bagi rumah tangga dan usaha mikro’.”

Pasal 20 ayat (2) Peraturan Menteri ESDM No. 26 Tahun 2009 mengatur bahwa LPG bersubsidi 3 kg diperuntukkan hanya penggunaan rumah tangga dan usaha mikro.

Bahwa LPG 3 kg hanya diperuntukkan bagi rumah tangga miskin dengan penghasilan di bawah Rp 1,5 juta dan Kegiatan Usaha Kecil dan Mikro (UKM). Karena Peraturan Presiden 104/2007 maupun Peraturan Menteri ESDM 26/2009 tidak menyebutkan kriteria usaha mikro, maka merujuk pada kriteria usaha mikro yang dikenal dalam Pasal 6 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (“UU UMKM”), yaitu: (Suci, 2017).

TABEL 1.1 KRITERIA UMKM MENURUT UU NO. 20 TAHUN 2008

No	Uraian	Aset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: Suci, 2017. (29 Juli 2019).

(1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

- (4) Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

Dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang mengambil hak rumah tangga kurang mampu/pelaku bisnis mikro, menyebabkan anggaran subsidi yang harus dikeluarkan pemerintah untuk LPG sebesar 40 Triliun. (Butler, 2017). Sebagai masyarakat Indonesia yang tidak termasuk kategori diatas harusnya mulai sadar dengan masalah ini dengan tidak membeli LPG 3 kg, untuk itu Pertamina telah menyediakan LP yang cocok dan aman untuk keluarga bernama Bright Gas.

Pada produk Pertamina terbaru yaitu Bright Gas, harga pun dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen. Harga menimbulkan berbagai interpretasi di mata konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman (belajar), serta menimbulkan pengaruh yang berbeda-beda pada perilaku konsumen. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan memengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk.

Konsumen mempunyai beberapa penilaian yang berbeda tentang harga suatu produk. Dalam pasar selalu ada kecenderungan orang memasang harga yang terlalu tinggi dan yang lainnya meminta harga yang terlalu rendah. (Setiyaningrum, Udaya, & Efendi, 2015a, hlm. 129). Harga yang ditetapkan di atas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga

yang ditetapkan dibawah harga produk pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas rendah. Bagi konsumen, yang penting adalah mendapatkan barang sesuai dengan harga yang dianggapnya adil, dalam arti mendapatkan barang sesuai dengan nilai sebenarnya.

Variasi harga yang ditawarkan oleh Bright Gas dapat dikatakan seimbang dengan produk yang di dapatkan konsumen. Harga produk Bright Gas lebih mahal sedikit dibandingkan dengan LPG bersubsidi, disebabkan Bright Gas memiliki beberapa keunggulan dibandingkan LPG biasa. Harga juga menjadi pertimbangan selanjutnya bagi para konsumen dalam menentukan pilihannya untuk membeli atau tidak suatu produk. Harga merupakan nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki dan menggunakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Selain karena harga yang ditawarkan Bright Gas, ukuran tabung juga menjadi pertimbangan selanjutnya bagi para konsumen dalam menentukan pilihannya untuk membeli atau tidak suatu produk. Bright Gas memiliki 4 macam ukuran tabung yaitu: Bright Gas 3 kg, Bright Gas 5,5 kg, Bright Gas 12 kg dan Bright Gas 220 gram. (Administrator2, 2017). Masing-masing ukuran tabung Bright Gas bisa dipilih sesuai kebutuhan.

Bright Gas merupakan produk Pertamina yang menyasar para kaum modern yang menggunakan gas dalam jumlah pemakaian level sedang. Tabung Bright Gas didesain dengan warna menarik dan kinclong. Bright Gas tersedia dalam 4 pilihan warna, yaitu: *red purple metallic* (ungu kemerahan metalik), *blue purple metallic* (ungu metalik), *asteroid green metallic* (hijau metalik) dan *bluish green metallic*

(biru metalik). (Abdiwan, 2014). Yang sekarang hanya tersedia warna pink dan ungu. Bright Gas menjadikan dapur lebih kelihatan cantik sesuai dengan ibu rumah tangga. Desain yang menarik membuat Bright Gas terlihat mewah sehingga dapat dikatakan bahwa harga yang sedikit lebih mahal dari produk Bright Gas ini berbanding lurus dengan apa yang didapatkan oleh konsumen yang membeli. Konsumen beranggapan bahwa dengan membeli produk Bright Gas yang mahal, mewah, populer, dan terbaru sebagai perkembangan gaya hidup.

Pertamina ingin memudahkan keluarga di Indonesia dalam memenuhi kebutuhan gas yang lebih ringan, praktis serta terjangkau. Targetnya ibu rumah tangga, wanita karir, keluarga kecil, serta penghuni apartemen yang mempunyai kebiasaan memasak dengan frekuensi lebih sedikit.

Berikut adalah beberapa perbedaan harga LPG subsidi dan Bright Gas tahun 2018: (“Rincian Harga LPG Non Subsidi Toko Bright Gas PT. Massindo Gas Energi,” 2018).

TABEL 1.2 PERBANDINGAN HARGA BRIGHT GAS DAN LPG SUBSIDI

NO	NAMA	HARGA TABUNG + ISI	HARGA ISI ULANG	HARGA ECERAN
1	Bright Gas 3 kg	Rp 185.000	Rp 39.000	-
2	Birght Gas 5,5 kg	Rp 333.000	Rp 67.500	Rp 80.000
3	Bright Gas 12 kg	Rp 560.000	Rp 140.000	Rp 170.000
4	Bright Gas Can 220 gram	Rp 17.000	Rp 17.000	-
5	LPG 3 kg	Rp 120.000	Rp 17.500	Rp 30.000
6	LPG 12 kg	Rp 555.000	Rp 137.000	Rp 150.000

Sumber: “Rincian Harga LPG Non Subsidi Toko Bright Gas PT. Massindo Gas Energi,” t.t., (26 Juli 2019).

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga Bright Gas sedikit lebih mahal dibandingkan LPG. Harga Bright Gas sedikit lebih mahal karena memiliki

beberapa keunggulan dibandingkan LPG biasa. Keunggulan Bright Gas adalah dua kali lebih aman dari pada tabung LPG biasa. Selain itu, Bright Gas juga sudah dilengkapi dengan segel hologram, sehingga isinya lebih terjamin dan konsumen bisa langsung mengetahui apakah tabung LPG tersebut asli atau tidak.

Harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dibandingkan dengan manfaat yang dirasa atas suatu barang atau jasa. Konsumen jelas ingin barang yang murah dan simpel serta mudah untuk dibawa. Harga dari Bright Gas di Kota Banjarmasin memiliki perbedaan sedikit lebih mahal dibandingkan dengan harga LPG biasa. Walaupun demikian, Bright Gas di Kota Banjarmasin mulai diminati oleh konsumen dan banyak konsumen yang membeli produk Bright Gas dengan berbagai macam ukuran tabung sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan dalam latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Bright Gas dan Ukuran Tabung Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Masyarakat Kota Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibuat maka permasalahan yang diteliti dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Harga Bright Gas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin?
2. Apakah Ukuran Tabung Bright Gas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin?
3. Apakah Harga Bright Gas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin?
4. Apakah Ukuran Tabung Bright Gas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah sebagaimana di atas, tujuan diadakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Harga Bright Gas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui Ukuran Tabung Bright Gas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui Harga Bright Gas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin.
4. Untuk mengetahui Ukuran Tabung Bright Gas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang berkepentingan diantaranya:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini berusaha untuk mengembangkan pengetahuan terhadap pengaruh harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian dan memberikan wawasan kepada semua pihak yang memerlukan. Serta diharapkan menjadi salah satu pelengkap dari referensi ekonomi syariah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan dan memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis.

- b. Bagi akademisi

Sebagai referensi penelitian terkait pengaruh harga, ukuran tabung terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin. Hasil penelitian ini juga merupakan dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak kampus.

- c. Bagi mahasiswa

Sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah yang mirip dengan yang peneliti angkat.

d. Bagi masyarakat

Sebagai bahan informasi dan masukan dalam upaya keputusan pembelian masyarakat dari segi harga dan ukuran tabung di Kota Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap judul di atas, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan istilah berkenaan dengan judul di atas:

1. Pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dan tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain. (J. S & Zain, 2001, hlm. 131). Pengaruh dalam skripsi ini adalah untuk dijadikan acuan untuk merumuskan definisi operasional tentang pengaruh dalam penelitian ini. Pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah daya yang ada dari penguasaan “Pengaruh Harga Bright Gas dan Ukuran Tabung Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Masyarakat Kota Banjarmasin”.
2. Harga adalah sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. (Setiyaningrum, Udaya, & Efendi, 2015, hlm. 128). Harga dalam penelitian ini adalah untuk melihat apakah dalam membeli Bright Gas harga sudah sesuai dengan manfaat dan kualitas nya. Variabel indikator dari harga (X_1) yang akan diukur melalui 9 buah pernyataan.

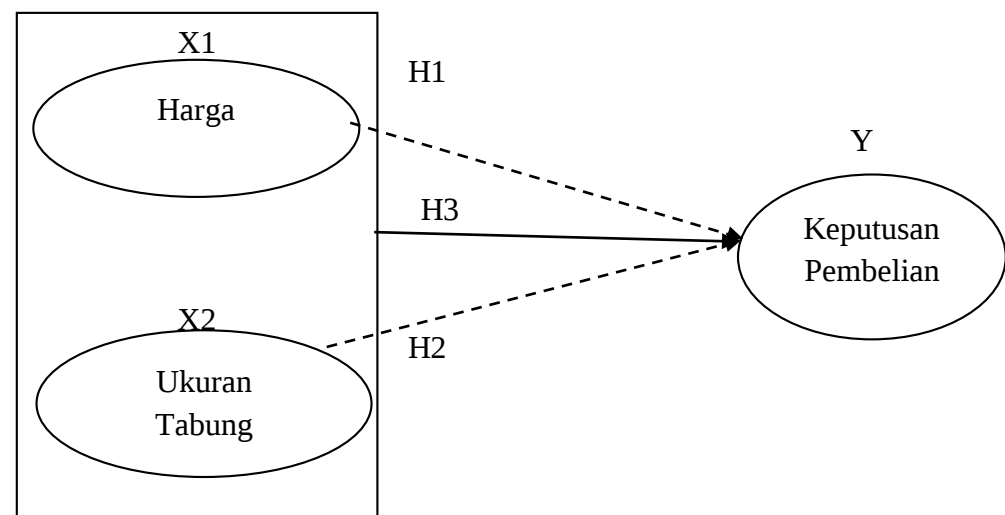
3. Produk adalah apa saja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. (Amir, 2005, hlm. 8). Produk dalam penelitian ini adalah Bright Gas. Variabel indikator dari produk yang akan diukur adalah macam/jenis ukuran tabung (X_2) melalui 3 buah pernyataan.
4. Pengambilan keputusan merupakan ilmu dan seni yang harus dicari, dipelajari, dimiliki, dikembangkan secara mendalam oleh setiap orang. Dikatakan seni karena kegiatannya selalu dihadapkan pada sejumlah peristiwa yang memiliki karakteristik keunikan tersendiri. Sedangkan dikatakan ilmu karena aktivitasnya memiliki sejumlah cara, metode, atau pendekatan yang bersifat sistematis, teratur dan terarah. (Dermawan, 2004, hlm. 2–3). Pengambilan keputusan dalam penelitian ini meliputi pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Variabel indikator dari pengambilan keputusan/keputusan pembelian (Y) yang akan diukur melalui 10 buah pernyataan.
5. Pembelian merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang kita lakukan setiap harinya. Pada umumnya, pembelian dilakukan karena kita merasa membutuhkan barang atau jasa tersebut untuk digunakan atau dikonsumsi.
6. Yang dimaksud dengan masyarakat Kota Banjarmasin dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Kota Banjarmasin dari kalangan menengah ke atas. Masyarakat akan diminta memberikan respon/penilaian/tanggapan atas segala indikator harga, ukuran tabung

Bright Gas terhadap keputusan pembelian. Tanggapan responden akan berkisar dari rentang skala 1, yang bermakna sangat tidak setuju dan 5, yang bermakna sangat setuju.

F. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dibuatlah kerangka teori sebagai berikut seperti gambar:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Penulis (data diolah)



Dalam penelitian ini akan diketahui apakah harga dan ukuran tabung Bright Gas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada masyarakat kota Banjarmasin.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan di tolak jika ternyata salah, dan hipotesis tersebut akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara Simultan

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Banjarmasin.

2. Secara Parsial

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Banjarmasin.

H. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berpikir peneliti.

1. “Pengaruh Harga Gas Elpiji Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan di Agen Putra Pangkep Elpiji Kelurahan Gayam Kecamatan Tanjung Redeb Kabupaten Berau Kalimantan Timur.” Oleh Indriyani Puji Hastuti, jurusan Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga gas elpiji terhadap keputusan pembelian pada pelanggan di agen putra pangkep elpiji kelurahan gayam kecamatan berau Kalimantan Timur. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan harga gas elpiji terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis meneliti pengaruh harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Banjarmasin. (Indriyani Puji Hastuti, 2012).
2. “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang.” Oleh Dessy Amelia Fristiana, jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga

terhadap keputusan pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. Hasil analisis data diketahui bahwa variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 15 persen. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 43,2 persen. Variabel citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 17,4 persen. Hal ini berarti semakin baik citra merek, dan semakin murah harga yang ditawarkan diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis meneliti pengaruh harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Banjarmasin. (Dessy Amelia Fristiana, 2012).

3. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.” Oleh Fifyanita Ghanimata, jurusan Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis meneliti pengaruh harga dan ukuran tabung Bright Gas terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Banjarmasin. (Fifyanita Ghanimata, 2012).

I. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi

mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

Pada bab I penulis melakukan tahap pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Pada bab II memuat landasan teori yang berhubungan dengan penggambaran judul meliputi: ketentuan-ketentuan tentang harga, ukuran tabung, dan keputusan pembelian.

Pada bab III metode penelitian, dimana penulis menguraikan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan meliputi jenis, sifat, dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

Pada bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran data penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan.

Pada bab V adalah bab penutup, yang berisikan tentang jawaban terhadap permasalahan/intisari dari isi skripsi secara keseluruhan yang akan dimuat dalam simpulan dan dilengkapi dengan saran-saran sebagai pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan, dalam rangka untuk dapat lebih meningkatkan hasil yang akan dicapai.