

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi adalah salah satu aspek kehidupan, tentu sudah diatur dalam Islam. Sebagai agama yang sempurna, mustahil Islam tidak dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi yang garis besarnya sudah diatur dalam Alquran dan As-Sunnah. (Yusanto & Yuus, 2003).

Di era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi di mana-mana. Jumlah merek dan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar semakin ketat. Setiap konsumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi maupun jualbelikan kembali. Ketatnya persaingan membuat setiap pelaku bisnis dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama membuat setiap perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. (Zulaicha & Irawati, 2016, hal. 123)

Perkembangan usaha dagang sangat pesat pada masa perdagangan bebas seperti saat sekarang. Persaingan global ini memberikan banyak pilihan kepada konsumen, dimana konsumen semakin mempertimbangkan biaya, nilai dan manfaat dari sebuah produk. Perkembangan perdagangan dunia menuntut usaha-usaha yang sudah ada untuk tetap dapat bertahan agar dapat bersaing dengan usaha-usaha yang akan bermunculan dan tetap terus memperoleh keuntungan. Umumnya

tujuan utama dari perusahaan adalah laba, dimana perusahaan mengharapkan labanya semakin meningkat setiap periode. Tujuan dari perusahaan meningkatkan laba adalah untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Peningkatan laba perusahaan akan memberikan dampak positif terhadap kemakmuran pemilik dan karyawan perusahaan, maupun untuk membayar kewajiban-kewajiban perusahaan dalam menjalankan usahanya. (Puji Rahayu, 2016, hal. 1-2)

Pengadaan barang dan jasa pada dasarnya melibatkan dua pihak yaitu pihak pengguna barang atau jasa dan pihak penyedia barang atau jasa, tentunya dengan keinginan atau kepentingan berbeda bahkan dapat dikatakan bertentangan. Pihak pengguna barang atau jasa menghendaki memperoleh barang dan jasa dengan harga semurah-murahnya, sedangkan pihak penyedia barang atau jasa dalam menyediakan barang atau jasa sesuai kepentingan pengguna barang atau jasa ingin mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya. Dua keinginan atau kepentingan ini akan sulit dipertemukan kalau tidak ada saling pengertian dan kemauan untuk mencapai kesepakatan. (Sutedi, 2012)

Salah satu hal yang berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan konsumen ialah distributor. Distributor adalah sesuatu badan usaha atau perorangan yang bertanggungjawab untuk mendistribusikan atau menyalurkan produk perdagangan, baik itu barang maupun jasa, ke retailer atau konsumen akhir. Dalam hal ini, distributor hanya mengambil produk yang sudah jadi dan siap digunakan tanpa memodifikasinya. Dalam perdagangan, penyalur adalah rantai pertama setelah produsen. Penyalur bisa dalam bentuk perorangan atau perusahaan yang membeli produk secara langsung dari produsen dalam jumlah yang sangat besar. Penyalur

mendapatkan keuntungan dari potongan harga pembelian produk dari produsen. Semakin banyak produk yang dibeli dari produsen, maka potongan harga produk biasanya akan semakin besar (Satuti, 2020).

Salah satu usaha distribusi perorang yang cukup banyak di minati yaitu usaha distributor bahan pokok atau sembako dan makanan ringan. Sembako dan makanan ringan merupakan komoditas yang mempunyai potensi sangat besar untuk didistribusikan sebab ia termasuk dalam kategori kebutuhan pokok dalam kehidupan, jadi wajar saja jika semua orang membutuhkan dan memerlukan sembako dan makanan ringan. Sembako pun memiliki banyak sekali varian, diantaranya adalah beras, gula, gandum, mie, dan masih banyak lainnya. Semua memiliki nilai distribusi yang mudah. Hal tersebut dikarenakan nilai konsumerismenya yang tinggi. Maka wajar saja dalam suatu tempat penjual(distributor) sembako tidak hanya 1 atau 2 namun banyak juga daya saing dalam usaha distributor.

Sales (*canvassing*) merupakan suatu bentuk dari periklanan yang merupakan suatu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan jasa seperti perusahaan selular dalam memasarkan jasanya maupun produknya sehingga bisa membangun citra positif suatu perusahaan selain itu *Canvassing* juga merupakan kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan suatu produk maupun layanannya agar diketahui oleh khalayak luas (Nugroho, 2010)

Dalam perusahaan sales setidaknya terbagi tiga jenis yaitu pertama adalah *Sales Taking Order*, kedua *Sales Canvassing*, dan terakhir *Sales Motoris*. Secara umum fungsi dari ketiga jenis sales ini adalah menawarkan produk kepada pembeli.

Tetapi masing-masing sales memiliki pembagian tertentu. Mulai dari sales yang tidak berhubungan langsung dengan konsumen hingga sales yang berhubungan langsung dengan konsumen. Masing-masing dari sales memiliki fungsi untuk menjual pada rantai distribusi tujuannya. Adapun pengertian dari ketiga sales tersebut ialah *Sales Motoris* adalah sales yang menggunakan motor. Sales motoris akan menawarkan produknya dan membawa diatas motor menggunakan *Saddle bag* untuk ditawarkan langsung kepada konsumen. *Sales Kanvas* yaitu masih memiliki fungsi yang sama seperti sales motoris, sales kanvas akan menawarkan produk menggunakan kendaraan roda empat. Karena yang digunakan efisien untuk menjangkau daerah yang jauh, biasanya sales kanvas akan menawarkan produk hingga kedaerah yang jauh dari perkotaan. *Sales Taking Order*, sales taking order sama seperti sales motoris yang menggunakan motor. Tetapi sales taking order tidak akan membawa serta produk yang dijual kepada konsumen. Tugas dari sales taking order adalah mencatat pesanan dan membuat penjualan sebanyak-banyaknya, ketika sudah mencatat semua pesanan dengan rinci, sales taking order harus melaporkan pesanan dan menyerahkannya kepada perusahaan. Produk yang dipesan bisa diantarkan langsung oleh sales motoris atau sales kanvas bahkan terkadang oleh sales taking order itu sendiri.

Salah satu usaha yang menghadapi persaingan yang ketat adalah distributor baik perorangan maupun dalam bentuk perusahaan. Perkembangan usaha distributor barang sekarang di Indonesia khususnya dikota-kota besar seperti salah satu kota di kalimantan selatan yaitu Kandangan semakin berkembang pesat.

Banyak distributor perorangan atau sales kanvas bermunculan di Kandangan. Salah satunya yaitu Toko Kanvas Dahlia. Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan wawancara kepada pemilik Kanvas Toko Dahlia. Yang membuat peneliti tertarik dengan toko tersebut ialah meskipun terbilang cukup baru dibangun tetapi tetap bisa bersaing dengan toko-toko yang lainnya yang sudah lama. Memasarkan produk di tengah persaingan yang kian tinggi seperti sekarang ini, tentu bukan perkara yang mudah bagi sebagian pengusaha, dibutuhkan keterampilan dan strategi yang tepat untuk memajukan usaha yang dijalankan dan untuk menarik perhatian konsumen agar produk yang ditawarkannya bisa bersaing dengan pesat. Harga yang ditawarkan oleh Kanvas Toko Dahlia cukup relative murah sehingga mampu mempengaruhi kesadaran konsumen dalam membeli suatu produk.

Selain harga yang cukup murah di Kanvas Toko Dahlia, salah satu keunggulannya ialah menjual snack yang berbeda-beda. Yang dimaksudkan berbeda disini ialah membolehkan konsumen membeli barang yang berbeda dengan harga yang sama. Contohnya misalkan minuman Sprite dengan minuman Cola-cola pemilik toko membolehkan pembeli untuk mencampur kedua minuman tersebut dalam satu kotak/dus. Itulah membuat daya tarik tersendiri dari Kanvas Toko Dahlia tersebut. Selain itu, dengan kesopanan dan keramahan Pemilik toko membuat konsumen merasa nyaman ketika hendak membeli suatu produk.

Kanvas Toko Dahlia berdiri pada 20 november 2016. Meskipun terbilang baru toko ini tetap bisa bersaing walaupun banyak sales kanvas baru bermunculan, bahkan dengan keuletan sang pemilik dalam memasarkan nama toko dan

barangnya, sekarang bisa memiliki pelanggan tetap kurang lebih 30 Toko atau warung yang menjadi pelanggan setianya. Adapun jadwal dan jam kerja tersebut yaitu pada hari sabtu dari jam 09.00 pagi hingga jam 02.00 siang yang mana terdapat 12 buah toko yang akan dituju, selasa dari jam 09.00 pagi hingga jam 04.00 sore yang terdapat 14 buah toko, dan hari rabu dari jam 09.00 pagi hingga jam 04.00 sore yang terdapat 16 buah toko. Jadi terdapat 3 hari jadwal pengantaran barang ke toko-toko tersebut dan itu semua belum termasuk jika ada pelanggan yang datang sendiri untuk mengambil barang ke toko, adapun beberapa nama-nama toko pelanggan yaitu toko Azizah yang berada didesa patigan, toko Aulia yang berada didesa toba, dan toko Rina yang berada didesa loklua.

Secara umum definisi produk adalah hasil jadi dari sebuah proses yang dilakukan oleh pembuat atau produsen yang kemudian akan didistribukan kepada pembeli atau konsumen sesuai yang dibutuhkannya. Dalam kehidupan sehari-hari sebagian masyarakat juga akan memilih, membeli produk yang harganya relatif murah dan bisa dijangkau sesuai kemampuannya. Dalam hal ini tentu pilihan produk-produk yang menyebar dimasyarakat luas sangatlah banyak dan sebagian besar diantaranya merupakan produk-produk riil.

Produk terdiri dari dua jenis yakni Produk Konsumsi dan Produk Industri. Produk Konsumsi diartikan sebagai produk yang diproduksi oleh produsen kemudian disalurkan langsung kekonsumen untuk digunakan atau dikonsumsi. Adapun barang-barang yang termasuk dalam konsumsi yaitu : pertama barang kebutuhan sehari-hari yang merupakan barang yang selalu dibutuhkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kedua produk belanjaan merupakan

barang yang dalam proses pembeliannya dengan cara dibandingkan pada barang yang sejenis berdasarkan mutu, kualitas harga dan modelnya. Dan yang terakhir produk khusus yang merupakan produk-produk yang bisa dibidang barang mewah maupun barang unik dan istimewa yang mana tidak sedikit orang rela membayar dengan harga yang tinggi untuk memilikinya. Produk Industri adalah produk yang diproduksi oleh produsen kemudian dibeli oleh konsumen dengan tujuan dijual kembali dan juga dipergunakan sebagai bahan baku untuk proses produksi yang akan menghasilkan produk baru yang mempunyai manfaat lebih.

Produk yang digunakan di Toko Sales Kanvas Dahlia adalah jenis Produk Konsumsi yang mana barang-barang yang termasuk dalam produksi konsumsi yaitu barang kebutuhan sehari-hari, karena produk dalam hal ini biasanya merupakan produk-produk yang cepat habis dan harganya relatif murah. Contohnya yakni seperti Sabun, Shampo, Pasta gigi, Makanan, Minuman, Snack dan lain-lainnya. Hal ini lah yang membuat Sales Kanvas Toko Dahlia memilih Produk Konsumsi dalam usahanya tersebut bukan saja target konsumen yang mudah di capai sebab produk konsumsi ini lebih cenderung tidak untuk dijual kembali seperti Produk Industri.

Yang membuat penulis tertarik dari Sales Kanvas Toko Dahlia ini adalah loyalitas pelanggan yang tetap loyal membeli barang yang di distribusikan dari toko Dahlia tersebut, padahal toko ini termasuk dalam toko yang baru di bidang distributor barang, adapun letak geografis toko ini terletak cukup jauh dari kota kandangan yaitu Desa Lokbinuang Kecamatan Telaga Langsat RT/02 RW/01 Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Meskipun letaknya cukup jauh dari pusat kota

tetap saja pemasaran toko tersebut cukup luas hingga memiliki pelanggan tetap. Meski begitu di dunia usaha ini tidak luput dari pesaing, adapun pesaing sales kanvas di daerah kecamatan Telaga Langsat itu yaitu sales kanvas Madi yang mana berada di daerah desa yang sama.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan tertentu dalam memilih suatu produk, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut. Ada pula konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhan akan suatu barang dan tidak sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas, maksudnya konsumen membeli produk tersebut tanpa ada rencana untuk membeli sebelumnya atau tanpa adanya pertimbangan-pertimbangan khusus ketika memutuskan untuk membeli. Berdasarkan ketertarikan tersebut maka penulis bermaksud meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk tetap mengambil barang dari Sales Kanvas Toko Dahlia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Sales Kanvas Toko Dahlia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang tercakup dalam latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia?

2. Apakah harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia secara parsial.
2. Untuk mengetahui harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil yang diharapkan dari hasil penelitian ini baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis adalah sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis:
 - a. Bagi mahasiswa: sebagai bahan untuk melakukan penelitian khususnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, juga memperkaya ilmu pengetahuan tentang perusahaan yang bergerak di bidang distributor.
 - b. Bagi penulis: menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam ilmu yang telah diberikan dalam kuliah, terutama pada bidang

pemasaran, khususnya pada subjek yang berkaitan dengan variabel yang diteliti yaitu harga, promosi dan kualitas pelayanan.

2. Dari segi praktis:
 - a. Bagi perusahaan: dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan subjek yang diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan Sales Kanva Toko Dahlia.
 - b. Bagi pihak lain: penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rujukan referensi untuk kegiatan penelitian yang lebih mendalam lainnya, khususnya untuk para akademis, serta menambah wawasan bagi kalangan non akademis.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai panganan agar fokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh yaitu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang (Setiawan, 2020). Pengaruh yang dimaksud didalam penelitian yaitu

pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia.

2. Harga

Kotler dan Keller (2009:67) menjelaskan harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya (Samosir & Prayoga K, 2015, hal. 2). Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga barang baik makanan dan minuman yang dijual Sales Kanvas Toko Dahlia.

3. Promosi

Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual (Aristo, 2016, hal. 442). Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi barang yang dijual Sales Kanvas Toko Dahlia.

4. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dkk, kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman sadar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja yang akan dibeli oleh pelanggan (Wardani, 2017, hal. 26). Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh Sales Kanvas Toko Dahlia.

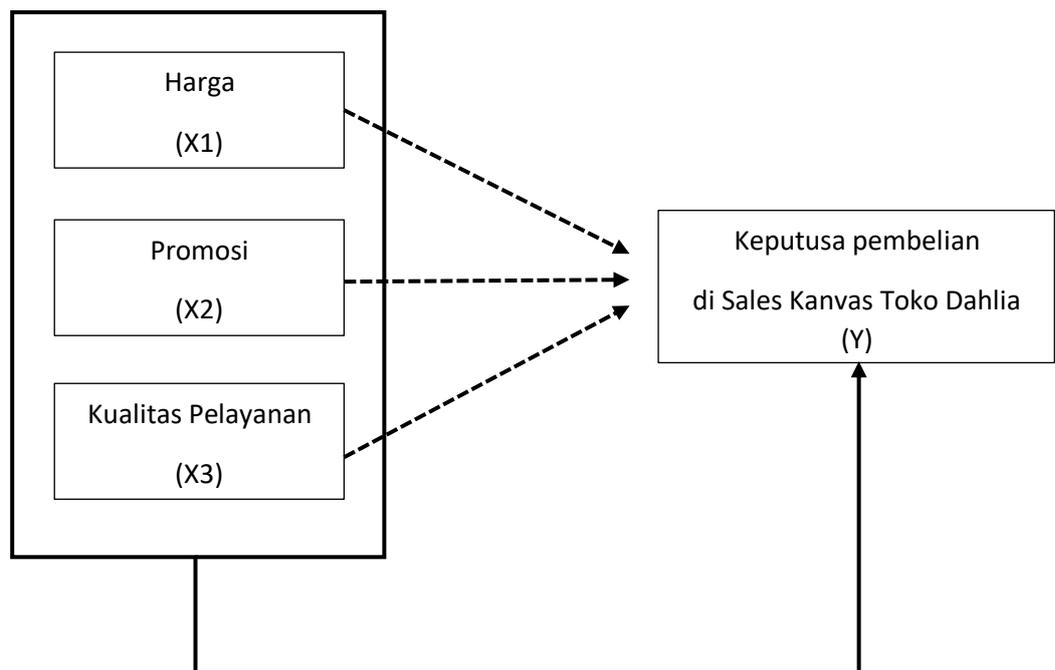
5. Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai “perilaku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan (Aristo, 2016, hal. 442). Keputusan pembelian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen dalam menentukan dan memilih pembelian di Sales Kanvas Toko Dahlia.

F. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dibuatlah teori sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

-----> : Parsial

————> : Simultan

Dalam penelitian ini akan diketahui apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia.

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 Parsial

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia.

2. Secara Simultan

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sales Kanvas Toko Dahlia.

H. Penelitian Terdahulu

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

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nafarin (1301150227), judul skripsi “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Membeli Handphone Bergaransi Distributor Tidak Resmi”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang akan penulis teliti yaitu sama-sama meneliti Harga barang sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Akan tetapi yang membedakan adalah penelitian terdahulu variabel independen satunya menggunakan harga dan kualitas produk sedangkan penelitian yang sedang saya angkat variabel independen lainnya yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Budi Ihsan (1301150207), judul skripsi “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Deterjen Bubuk Oleh Pengusaha Laundry di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu

Sungai Tengah”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang akan teliti yaitu sama-sama meneliti Harga dan Promosi sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Akan tetapi yang membedakan adalah peneliti terdahulu variabel independennya hanya menggunakan produk, tempat, harga, dan promosi, sedangkan penelitian yang saya angkat terdapat variabel independen yaitu kualitas pelayanan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani (2613.4.074). judul skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transfortasi Gojek (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Sumantra Utara)”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang akan teliti yaitu sama-sama meneliti Kualitas Pelayanan sebagai variabel Independen (X). Perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan peneliti yang akan teliti yaitu pada variabel dependen (Y). Penelitian ini menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen sedangkan penelitian yang saya angkat variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan konsumen.

Tabel 1.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Muhammad Nafarin, 2017.	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Membeli Handphone	X1= Harga Y= Minat Masyarakat Kota Banjarmasin	X2= Promosi X3= Kualitas Pelayanan

		Bergaransi Distributor Tidak Resmi	dalam Membeli Handphone bergaransi Distributor Tidak Resmi	
2	Budi Ihsan, 2017	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Deterjen Bubuk oleh Pungusaha Laundry di Kecamatan Barabai kabupaten Hulu Sungai Tengah	X2= Harga X4= Pomosi Y= Keputusan Pembelian	X3= Kualitas Pelayanan
3	Tri Ulfa Wardani, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Tranfortasi Gojek (studi kasus mahasiswa Febi UIN Sumatra Utara)	X3 = Kualitas Pelayanan	Y= Kepuasan Konsumen

I. Sistematis 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:

Bab I adalah pendahuluan, dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori, dalam bab ini membahas tentang yang berkaitan dengan Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

Bab III adalah metode penelitian, dalam bab ini dibahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik instrumen penelitian, desain pengukuran, teknik analisis data, uji instrumen penelitian dan uji asumsi klasik.

Bab IV adalah laporan hasil penelitian, dalam bab ini berisi tentang gambaran umum tentang Sales Kanvas Dahlia, dalam bab ini dapat dipaparkan tentang hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang dikemukakan pada bab pertama.

Bab V adalah penutup, dalam bab ini berisi simpulan dan keseluruhan pembahasan juga merupakan pengas untuk jawaban dan rumusan masalah. Dalam bab ini juga menulis memberi saran yang dirasa penulis perlu untuk menambahkan agar lebih baik lagi.