

**PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Roti Brens Bakery Kota Manna
Bengkulu Selatan)



S K R I P S I

Diajukan Oleh:

BIMA AKBAR GANATA
NPM. 2161201012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025

**PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Roti Brens Bakery Kota Manna
Bengkulu Selatan)



S K R I P S I

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Diajukan Oleh:

**BIMA AKBAR GANATA
NPM. 2161201012**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Roti Brens Bakery Kota Manna
Bengkulu Selatan)



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

BIMA AKBAR GANATA
NPM. 2161201012

Disetujui Oleh:
Pembimbing

Dr. Islamuddin, S.E., M.M.
NIDN. 0204026803

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furgonti Rahidiah, S.E., M.M.
NIDN. 0208047301

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Roti Brens Bakery Kota Manna
Bengkulu Selatan)

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Jum'at
Tanggal : 14 Maret 2025

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

BIMA AKBAR GANATA
NPM. 2161201012

Dewan Penguji:

1. Drs. Taufik Bustami, M.M Ketua (.....)
2. Dr. Meilaty Finthariasari, S.E., M.M Anggota (.....)
3. Dr. Islamuddin, S.E., M.M Anggota (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


Furqonti Rasidiah, S.E., M.M
NIDN. 0208047304



SERTIFIKASI

Saya **Bima Akbar Ganata** bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri atas bimbingan Dosen Pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada program studi lainnya. Karena Karya Ilmiah ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan karya ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, Februari 2025



BIMA AKBAR GANATA
NPM. 2161201012

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- ❖ Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah (Nabi Muhammad SAW).
- ❖ Ilmu tanpa amal adalah sia-sia, amal tanpa ilmu adalah kesesatan (Imam Al-Ghazali).
- ❖ Pengetahuan adalah kunci kesuksesan yang tak ternilai "Albert Einstein".
- ❖ Inovasi adalah jalan menuju masa depan yang lebih baik." - Steve Jobs
- ❖ Jangan pernah takut gagal, tapi takutlah akan penyesalan karena tidak pernah mencoba (Bima Akbar Ganata).

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK:

- ❖ Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis.
- ❖ Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan kasih sayang begitu besar yang menjadi jalan penerangku dalam menjalani kehidupan ini, serta motivator terbaik bagiku dalam menyelesaikan pendidikanku ini.
- ❖ Datuk dan Nenek ku yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil demi pendidikan ku ini.
- ❖ Keluarga Besar ku yang tak henti-hentinya memberikan dorongan dan selalu mendoakan kesuksesan ku dalam menggapai cita-cita.
- ❖ Pembimbing Skripsi ku (Bapak Dr. Islamuddin, S.E., M.M) yang selalu dengan sabar dalam membimbingku selama ini.
- ❖ Sahabat kampusku yang selalu setia memberikan bantuan dan dorongan demi terselesainya pendidikan ku ini.
- ❖ Ibu Dekan, Dosen, dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini.
- ❖ Almamater kampus yang telah menempahku selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Diversifikasi Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan). Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau, para sahabatnya, serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini banyak bantuan yang telah diberikan kepada penulis, untuk itu dengan rasa tulus dan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan dalam penulisan Skripsi ini.
4. Bapak Dr. Islamuddin, S.E., M.M, selaku Pembimbing dalam penulisan Skripsi ini yang selalu sabar membimbing Penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. Taufik Bustami, M.M dan Ibu Dr. Meilaty Finthariasari, S.E., M.M selaku Dosen Penguji dalam penulisan Skripsi ini yang telah memberikan banyak masukan, kritik, dan saran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang sudah banyak memberikan bantuan dalam penulisan Skripsi ini.
7. Owner Brens Bakery dan karyawannya yang telah bersedia memberikan izin dan memberikan bantuan dalam proses penyelesaian Skripsiku ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu khususnya angkatan 2021 yang saling membantu dalam memberikan motivasi serta dorongan dalam penulisan Skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian penulisan Skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis berharap semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal ibadah dan semoga Allah SWT melimpahkan pahala dan balasan kepada mereka semua. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan, oleh karena itu penulis membuka diri terhadap semua kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penulis jadikan sebagai acuan dalam perbaikan penulisan Skripsi kedepannya. Harapan penulis semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bengkulu, 14 Maret 2025

Penulis,

Bima Akbar Ganata

ABSTRAK

Bima Akbar Ganata, 2025, Pengaruh Diversifikasi Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan)

Pembimbing : Dr. Islamuddin, S.E., M.M

Keputusan pembelian merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu bisnis, terutama dalam industri makanan dan minuman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan di Toko Roti Brens Bakery, Kota Manna, Bengkulu Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Brens Bakery, kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa semakin beragam produk yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan pelanggan melakukan pembelian. Harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, yang berarti bahwa penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli pelanggan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Selain itu, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendorong pelanggan untuk membeli. Penelitian ini menegaskan bahwa diversifikasi produk, harga, dan promosi merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Brens Bakery. Oleh karena itu, pihak manajemen disarankan untuk terus meningkatkan variasi produk, menetapkan harga yang kompetitif, serta mengoptimalkan strategi promosi guna meningkatkan pembelian pelanggan.

Kata Kunci: Diversifikasi Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Bima Akbar Ganata, 2025. The Influence of Product Diversification, Price, and Promotion on Purchase Decisions (A Case Study on Customers of Brens Bakery, Kota Manna, South Bengkulu).

Supervisor: Dr. Islamuddin, S.E., M.M.

Purchase decisions are one of the key factors determining the success of a business, especially in the food and beverage industry. This study aims to analyze the influence of product diversification, price, and promotion on customers' purchase decisions at Brens Bakery, Kota Manna, South Bengkulu. The research method used is quantitative with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to Brens Bakery customers and analyzed using multiple linear regression techniques. The results indicate that product diversification has a positive and significant effect on purchase decisions, suggesting that the more diverse the products offered, the greater the likelihood of customers making a purchase. Price also has a positive and significant effect, meaning that appropriate pricing aligned with product quality and customers' purchasing power can enhance purchase decisions. Additionally, promotion has a positive and significant influence on purchase decisions, demonstrating that effective marketing strategies can increase product appeal and encourage customers to buy. This study confirms that product diversification, price, and promotion are the primary factors influencing customers' purchase decisions at Brens Bakery. Therefore, management is advised to continuously enhance product variety, set competitive prices, and optimize promotional strategies to increase customer purchases.

Keywords: Product Diversification, Price, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN SERTIFIKASI	v
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN ABSTRAK	ix
HALAMAN ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	10
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Konseptual	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Diversifikasi Produk.....	22
2.1.3 Harga	30
2.1.3 Promosi.....	39
2.2 Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	50
2.3 Penelitian Terdahulu	58
2.4 Kerangka Analisis.....	60
2.5 Definisi Operasional	61
2.6 Hipotesis Penelitian	62
 BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	63
3.2 Jenis Penelitian	63
3.3 Populasi dan Sampel	64
3.4 Teknik Pengumpulan Data	65
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian	66
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	68
3.7 Teknik Analisis Data.....	70

3.8 Pengujian Hipotesis Penelitian	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	75
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	75
4.1.2 Karakteristik Responden Penelitian	76
4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian ..	82
4.1.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	95
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	99
4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	102
4.1.7 Koefisien Determinasi.....	104
4.1.8 Pengujian Hipotesis.....	105
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	58
2.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	61
3.1 Sekala Likert.....	66
3.2 Kategori Penilaian.....	70
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	80
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Diversifikasi Produk.....	86
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	88
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	91
4.8 Hasil Pengujian Validitas.....	96
4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	99
4.10 Hasil Uji Normalitas Data.....	100
4.11 Hasil Uji Multikolenieritas.....	101
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	102
4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	103
4.14 Nilai Koefisien Determinasi.....	104
4.15 Hasil Uji Parsial.....	106
4.16 Hasil Uji Simultan.....	107

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Analisis.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Master Data Penelitian
4. Hasil Analisis Data Penelitian
5. Dokumentasi Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri roti global telah menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh perubahan gaya hidup, urbanisasi, dan inovasi dalam produk. Pada tahun 2023, pasar global produk roti diproyeksikan bernilai lebih dari USD 600 miliar pada tahun 2026. Tren konsumen saat ini menunjukkan peningkatan preferensi terhadap produk roti sehat, seperti roti rendah gula, bebas gluten, dan tanpa bahan kimia tambahan. Inovasi juga difokuskan pada produk yang mendukung kesehatan dan kebugaran, seperti roti dengan bahan prebiotik atau rendah gula (Persistence Market Research, 2024).

Industri roti di kawasan Asia menunjukkan pertumbuhan tercepat karena meningkatnya permintaan untuk makanan yang praktis namun bergizi. Pasar produk roti di Asia-Pasifik diperkirakan akan tumbuh dari USD 10,89 miliar pada 2023 menjadi USD 14,99 miliar pada 2028, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 6,60%. Faktor pendorong utama adalah permintaan akan produk sehat, inovasi dalam rasa dan tekstur, serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap bahan-bahan alami dan organik (Research and Markets, 2024).

Di Asia Tenggara, tren menunjukkan preferensi konsumen terhadap produk roti sehat, bebas gluten, rendah gula, dan rendah kalori. Inovasi seperti penggunaan bahan superfood, termasuk biji chia dan gandum utuh, semakin populer. Selain itu, pertumbuhan platform distribusi seperti e-commerce, supermarket, dan toko khusus juga memperluas jangkauan pasar. China sebagai pasar terbesar di kawasan ini menunjukkan transformasi besar dalam preferensi konsumen, dari produk tradisional ke roti bergaya Barat. Hal ini didukung oleh ekspansi artisanal

bakeries dan diversifikasi produk yang lebih inovatif. Di negara-negara Asia lainnya, seperti Jepang, India, dan Korea Selatan, terdapat fokus pada roti yang ramah lingkungan dan memiliki klaim label bersih, seperti bebas GMO dan tanpa bahan tambahan buatan (Mordor Intelligence, 2024).

Di Indonesia industri roti mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan produk roti sebagai makanan praktis. Hal ini didorong oleh urbanisasi, peningkatan daya beli masyarakat, dan perubahan gaya hidup yang cenderung mencari alternatif makanan cepat saji namun tetap bernutrisi. Pada 2023, produsen utama seperti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (Sari Roti) mencatatkan peningkatan penjualan hingga 15,5%, menunjukkan potensi besar di segmen roti produksi massal. Perusahaan ini juga terus berinovasi dalam produk dan strategi pemasaran untuk menjangkau lebih banyak konsumen di seluruh Indonesia. Selain itu, tren roti artisan dan roti sehat terus berkembang di Indonesia, dipengaruhi oleh inovasi rasa dari negara-negara seperti Korea Selatan dan Jepang. Produk-produk seperti "Korean Garlic Bread" dan "Japanese Milk Bun" telah menarik perhatian konsumen Indonesia. Inovasi dalam bahan, termasuk penggunaan bahan alami seperti gandum utuh dan superfood, semakin menambah daya tarik produk roti di pasar domestik (Bisnis.com, 2024).

Perkembangan industri roti tidak hanya menjangkau kota-kota besar di Indonesia saja, akan tetapi perkembangan industri roti juga mulai merambah kota-kota kecil setingkat kabupaten, seperti yang terjadi di Kabupaten Bengkulu Selatan atau tepatnya di Kota Manna. Salah satu toko roti yang cukup dikenal di Kota Manna adalah toko roti Brens Bakery, yang sudah memiliki pelanggan tetap serta potensi pasar yang cukup besar. Dalam upaya mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan, Brens Bakery menghadapi tantangan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak suatu produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang dilakukan secara langsung dan terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan sehingga individu tersebut membuat sebuah keputusan atas suatu barang yaitu keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2017). Menurut Kotler (2016), keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berinteraksi, beberapa diantaranya adalah diversifikasi produk, harga, dan promosi.

Keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berinteraksi membentuk sebuah keputusan konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah diversifikasi produk. Diversifikasi produk merupakan strategi penting untuk menarik perhatian konsumen dengan menyediakan berbagai jenis roti yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen yang beragam. Misalnya menawarkan roti tawar, roti manis, hingga roti sehat berbasis gandum. Strategi ini bertujuan untuk memenuhi preferensi pelanggan yang semakin kompleks.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gijón (2019) juga menunjukkan bahwa penawaran berbagai produk roti dengan inovasi rasa dan bahan dapat meningkatkan minat beli, terutama pada konsumen yang lebih memilih produk baru atau yang menyesuaikan dengan tren kesehatan. Diversifikasi produk yang terus diperbarui dan ditingkatkan kualitasnya bisa membantu toko roti untuk mempertahankan daya tarik bagi konsumen, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan angka penjualan.

Selain diversifikasi produk, harga juga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga yang kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas produk dapat menarik pelanggan dari berbagai segmen. Di tengah persaingan yang ketat

dalam industri roti, toko roti yang ingin tetap bertahan dalam industri ini harus mampu menetapkan harga yang sesuai agar tetap relevan di pasar. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler (2017), harga tidak hanya mencerminkan biaya produk, tetapi juga nilai yang diterima oleh konsumen. Ketika harga suatu produk roti sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, hal ini dapat meningkatkan kemungkinan pembelian. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi dibandingkan dengan nilai yang diterima bisa menurunkan daya tarik produk dan mengurangi niat pembelian.

Hasil penelitian oleh Chien *et al.* (2019) menunjukkan bahwa di sektor produk makanan, harga yang kompetitif seringkali menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Mereka menemukan bahwa konsumen cenderung membandingkan harga roti dengan kualitas dan ukuran produk sebelum membuat keputusan. Selain itu, harga yang konsisten dengan anggaran konsumen cenderung menciptakan loyalitas, karena konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dari setiap pembelian. Penetapan harga sesuai dengan nilai yang dipersepsikan oleh konsumen yang menjadi target atau pasar sasaran, dalam artian harga tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah bagi konsumen sasaran dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah promosi. Menurut Kotler (2017), promosi dapat memicu konsumen untuk mengambil keputusan pembelian dengan memberikan insentif atau dorongan, seperti diskon harga atau hadiah tambahan. Dalam konteks toko roti, promosi seperti "*buy one get one free*" atau potongan harga untuk pembelian produk tertentu, dapat menarik konsumen yang sensitif terhadap harga, meningkatkan frekuensi kunjungan, dan memperkenalkan produk baru kepada pelanggan.

Hasil penelitian Iyer & Muncy (2020) menemukan bahwa promosi yang tepat, seperti memberikan sampel roti gratis atau mengadakan acara tasting, bisa meningkatkan ketertarikan konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Konsumen yang awalnya tidak berencana membeli mungkin akan tertarik untuk mencoba produk setelah terlibat dalam promosi semacam itu. Selain itu, promosi yang dilakukan secara terus-menerus atau dalam jangka waktu tertentu, seperti promosi musim atau program loyalitas, dapat membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ini menciptakan kesan positif terhadap merek, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Chien et al., 2019).

Hasil pra penelitian yang dilakukan pada tanggal 28 November 2024 dengan mewawancarai owner toko roti Brens Bakery kota Manna (Ibu Yosi) didapatkan informasi bahwa dalam beberapa bulan terakhir penjualan roti pada toko roti Brens Bakery kota Manna mengalami fluktuasi atau trend naik turun. Berdasarkan penjelasan dari owner Brens Bakery kota Manna fluktuasi atau penjualan yang tidak stabil bahkan cenderung mengalami penurunan dipengaruhi banyak faktor seperti: perubahan musim atau trend konsumsi, faktor ekonomi seperti kenaikan bahan baku yang berimbas terhadap kenaikan harga, variasi produk roti yang kurang sesuai dengan minat konsumen karena perubahan preferensi konsumen, munculnya pesaing baru dengan produk yang hampir sama, dan program promosi yang dirasa masih kurang efektif dalam menjangkau pasar sasaran.

Hasil observasi dan wawancara awal dengan beberapa orang konsumen toko roti Brens Bakery Kota Manna (Melan, Putra, Shakila, Peni, Egi) yang bertujuan untuk mendapatkan informasi awal terkait dengan keputusan pembelian konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya menunjukkan bahwa masih ditemukan permasalahan terkait dengan keputusan pembelian konsumen terhadap produk toko roti Brens Bakery kota Manna, dimana keputusan

pembelian konsumen toko roti Brens Bakery masih kurang baik. Beberapa konsumen menyatakan produk roti yang ditawarkan di toko roti Brens Bakery kurang beragam, sehingga konsumen kesulitan ketika akan memutuskan membeli roti karena pilihan roti yang tersedia kurang sesuai dengan kebutuhan atau preferensi mereka.

Selain produk yang kurang beragam, harga yang ditawarkan oleh Brens Bakery kota Manna juga dirasa kurang sesuai atau terlalu tinggi jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pesaing dengan produk dan kualitas produk yang hampir sama, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Promosi yang dilakukan toko roti Brens Bakery dirasa konsumen masih kurang efektif untuk menjangkau pasar sasaran dan meningkatkan pembelian konsumen, mengingat masih sangat jarang dilakukan program promosi seperti diskon pembelian produk tertentu, kupon potongan harga untuk momen tertentu, dan penawaran khusus untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara awal dan informasi dari owner dan beberapa pengunjung toko roti Brens Bakery kota Manna, maka beberapa faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk roti di toko roti Brens Bakery kota Manna adalah diversifikasi produk, harga, dan promosi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diversifikasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan berikut ini:

1. Keputusan pembelian konsumen terhadap produk roti di toko roti Brens Bakery kota Manna masih kurang baik, hal tersebut terlihat dari data penjualan roti dalam beberapa bulan terakhir yang fluktuatif dan cenderung mengalami penurunan. Selain itu, konsumen merasa kesulitan dalam mengambil keputusan pembelian dikarenakan terbatasnya pilihan produk, harga yang dirasa kurang sesuai atau terlalu tinggi, dan program promosi yang dirasa kurang efektif untuk menjangkau pasar sasaran.
2. Diversifikasi produk pada toko roti Brens Bakery kota Manna dirasa masih kurang baik oleh konsumen. Beberapa konsumen menjelaskan produk roti yang ditawarkan di toko roti Brens Bakery kurang beragam, sehingga konsumen kesulitan ketika akan memutuskan membeli roti karena pilihan roti yang tersedia kurang sesuai dengan kebutuhan atau preferensi mereka.
3. Harga yang ditawarkan oleh toko roti Brens Bakery kota Manna dirasa masih kurang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Beberapa konsumen menyatakan harga yang ditawarkan oleh Brens Bakery kota Manna kurang sesuai atau terlalu tinggi jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pesaing dengan produk dan kualitas produk yang hampir sama, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen
4. Promosi yang dilakukan oleh toko roti Brens Bakery kota Manna dirasa belum efektif dalam menjangkau pasar sasaran. Beberapa konsumen menyatakan bahwa toko roti Brens Bakery sangat jarang melakukan program promosi seperti diskon pembelian produk tertentu, kupon potongan harga, dan penawaran khusus untuk menarik minat konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak meluas dan menyebabkan hasil penelitian tidak fokus atau maksimal, maka dibutuhkan batasan masalah. Dalam penelitian ini penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini hanya difokuskan pada pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna saja.
2. Tujuan penelitian difokuskan untuk melihat pengaruh diversifikasi produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah diversifikasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan?
4. Apakah diversifikasi produk, harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan.

3. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan.
4. Mengetahui pengaruh diversifikasi produk, harga, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pelanggan toko roti Brens Bakery Kota Manna Bengkulu Selatan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis dalam mengkaji teori-teori yang sudah dipelajari selama di bangku kuliah dan bagaimana aplikasinya di lapangan, khususnya ilmu atau teori berkaitan dengan diversifikasi produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Pemilik Toko Roti Brens Bakery

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pemilik toko roti Brens Bakery dalam usaha meningkatkan penjualan dengan memahami apa saja faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk roti yang ada di toko roti Brens Bakery.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai data awal atau informasi awal bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lanjutan atau penelitian serupa dalam usaha mencari faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen.