

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini berkembang pesat di negara Indonesia terbukti dengan adanya alat-alat teknologi yang mempermudah pekerjaan kita sehari-hari, baik pekerjaan secara fisik atau komunikasi, yang dalam hal ini menyebabkan kebutuhan yang sangat pesat juga, contohnya smart phone, yang hari ini seakan akan menjadi kebutuhan primer manusia modern, dari itu perkembangan perekonomian dalam sektor jual beli pulsa, kuota dan hal yang berhubungan dengannya sangat pesat pula, hal ini terjadi karena perkembangan teknologi hari ini mempengaruhi terhadap pola pikir masyarakat yang praktis, terutama pada daerah yang saat ini menjadi objek penelitian peneliti, tepatnya di Palengaan Pamekasan mengenai keputusan pembelian di masa pandemi covid-19 studi kasus counter millennial cell Palengaan Pamekasan.

Namanya transaksi, pasti ada yang namanya konsumen yang perlu sangat diperhatikan dalam jual beli, minat konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku dalam mengonsumsi.¹ Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada alternatif yang paling disukai, atau yang paling dibutuhkan, atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam

¹I.B Panca Putra P dan Ni Made Wulandari Kusuma Dewi, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen", *E-Jurnal Manajemen*, Vol.8, No.8 (2019), 4984.

pertimbangan.²Kotler dan Keller menyatakan minat beli ulang adalah keinginan atau tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang di terima sesuai yang di inginkan dari suatu produk.

“Minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi”,³ kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Karena, konsumen sekarang semakin cerdas dan cermat, lebih banyak menuntut, tidak lagi bisa dipuaskan dengan sekedar menyajikan *trade off* antara harga dan kualitas produk. Tetapi konsumen menuntut enam hal sekaligus seperti produk berkualitas tinggi, harga yang wajar disertai syarat pembayaran yang mudah, penyerahan produk yang cepat, layanan khusus, produk yang memiliki tingkat 4 fleksibilitas tinggi, dan akrab dengan pemakai. Pemahaman tentang bagaimana konsumen menanggapi tawaran perusahaan, memilih, serta memutuskan produk yang akan dibeli adalah merupakan kunci sukses dalam pencapaian tujuan perusahaan. Untuk memahami konsumen dimulai dengan memahami kebutuhan dan keinginan yang menjadi motivasi. Karena pemahaman motivasi konsumen dapat diperkirakan perilaku yang akan diekspresikan oleh konsumen sehingga pemasar dapat merancang rangsangan yang lebih tepat sehingga dalam melayani konsumen akan lebih baik dibanding pesaingnya. Oleh karena itu memahami perilaku konsumen terutama variabel kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai motivasi adalah syarat mutlak bagi keberhasilan perusahaan. Sehingga banyak di buka counter atau cell di daerah Palengaan Pamekasan.

²*Ibid*, 4985.

³Alvin Yeremia Effendy dan Yohanes Sondang Kunto, “ *Pengaruh Customer Value propotion Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogosari*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.1, No.2, (2013), 3.

Pandemi merupakan musibah besar yang terjadi dalam kurun waktu dekat ini, dalam kasus ini pandemi COVID-19 menjadi yang pertama dan disebabkan oleh virus corona yang telah ada sejak dua tahun terakhir.⁴ Pandemi Covid-19 mempunyai pengaruh besar dalam penjualan ini, apalagi dengan turunnya edaran presiden mengenai penertiban prokes atau yang lainnya, namun kemudian menjadi hal mutlak terjadinya pembelian terhadap masyarakat sekitar counter millennial cell, meskipun dalam lingkup yang tidak terlalu luas. Menjadi tantangan juga terhadap produk yang harus di sediakan counter millennial cell, sebagai salah satu penyedia sarana dan prasarana dalam bidang teknologi khususnya yang berkaitan dengan smart phone. Dengan menyediakan segala bentuk kebutuhan yang harus di sediakan masyarakat tidak akan terlalu jauh pergi hanya untuk membeli kebutuhannya, seperti kuota, pulsa, kartu dll karena “Keragaman Menu adalah mulai dari rasa, ukuran juga kualitas serta ketersediaan produk tersebut mempunyai arti yang sama dengan keragaman produk”.⁵

Diketahui bahwa ketika konsumen melakukan pembelian suatu produk selalu ada faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memutuskan pembelian. Salah satunya yaitu faktor harga, karena tinggi rendahnya suatu harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mencari suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum memutuskan untuk membeli barang

⁴<https://www.Prudential.co.id/id/pulse/article/apa-itu-sebenarnya-pandemi-covid-19-ketahui-juga-dampaknya-di-indonesia>. Pada tanggal 23 Mei 2022 pukul 17.46.

⁵Muhammad wahyu ali dan Handoyo Djoko Waluyo, “Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas, Citra Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian”, *jurnal ilmu administrasi bisnis*, Vol.0, 72.

maupun menggunakan suatu jasa. Sehingga penetapan strategi harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.

Disisi lain, masyarakat sebagai pasar sasaran pebisnis memiliki banyak hal yang perlu dipertimbangkan dalam berbelanja dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari. Apapun namanya, faktor ekonomi menjadi faktor utama yang memiliki dampak berantai. Daya beli konsumen bergeser sehingga pengusaha juga harus cerdas memainkan faktor harga. Perilaku konsumen bukanlah sekedar mengenai pembelian barang. Tetapi juga melibatkan pertukaran antara dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak memberi dan menerima sesuatu yang berharga.

Counter millennial cell yang terletak di Palengaan pamekasan merupakan counter yang menyediakan pulsa, kuota, kartu, skin game, token listrik dan lain sebagainya, di Counter Millennial ini banyak sekali ragam produk yang ditawarkan sehingga banyak pemilihan sehingga membuat tempat ini lebih banyak didatangi konsumen, counter ini buka lebih awal dari tempat lain yang biasanya buka jam 07.00 di counter millennial cell buka jam 06.30 sehingga jika ada kebutuhan yang sangat mendesak dalam hal kebutuhan pulsa dll dapat langsung datang ke counter.

Counter Millennial merupakan tempat transaksi jual beli pulsa kartu dan berbagai macam kebutuhan sosial media lainnya, pembelian di counter millennial tidak hanya bisa dilakukan secara langsung, pembelian ini juga bisa dilakukan secara online, apalagi selama pandemi, jual beli online menjadi solusi utama agar transaksi ini tetap berjalan dan tidak mempengaruhi terhadap jumlah jual di counter millennial cell, adanya tersebut konsumen yang datang secara langsung atau online, tidak hanya sekali namun berkali-kali, dan menjadi pelanggan tetap dalam penjualan produk ini.

Harga yang di tawarkan di Counter Millennial Cell relative lebih murah dibandingkan counter lainnya, contoh harga pulsa di counter sebelah harganya per nominal di tambah Rp 2.000 sedangkan di counter Millennial per nominal di tambah Rp1.000 artinya penjual mengambil keuntungan tidak begitu besarhal ini karena di masa pandemi pendapatan ekonomi masyarakat menurun, juga dari segi kelengkapan produk counter ini terbilang lebih unggul di bandingkan counter-counter yang ada di sekitarnya.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga dan keragaman produk. Menurut Intan Permatasari dkk dalam penelitian tentang pengaruh keragaman produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko joyshop Malang menyatakan bahwa keragaman produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga keputusan pembelian memperkuat hubungan yang signifikan antara keragaman produk, harga dan promosi.⁶ Sedangkan menurut Sally Oktaviani, dkk dalam penelitian Keputusan pembelian berdasarkan harga, keragaman produk dan pengaruhnya menyatakan bahwa variabel harga dan keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Melati Putih cake Cibadak.⁷

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian tentang **“Pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembeliandi**

⁶Intan Permatasari dan Ifa Nurdiana, “Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang”, dalam *Jurnal Unikama*, Vol.3, No. 8, (2019), 4.

⁷ Sally Oktaviani, dkk “keputusan pembelian berdasarkan harga, keragaman produk dan pengaruhnya”, dalam *journal of business Management and Accounting* Vol.2, No.2, (2021), 452.

masa pandemic covid-19 (studi kasus pada konsumen counter millennial Cell Palengaan Pamekasan)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian yang dikaji dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di Counter Millennial Cell?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di counter Millennial Cell?
3. Apakah harga dan keragaman produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di Counter Millennial Cell?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan penelitian yang ingin di dapat adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di Counter Millnial Cell.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian dimasa pandemi Covid-19 di Counter Millennial Cell.
3. Untuk mengetahui harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimasa pandemi Covid-19 secara bersama-sama di counter Millennial Cell.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.⁸ Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar penelitian memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Adapun asumsi dasar dalam penelitian ini adalah sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap beberapa pilihan produk, konsumen terlebih dahulu melakukan pencarian informasi dan evaluasi alternatif mengenai produk yang akan dibeli. Dan juga ada faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan suatu produk, diantaranya harga dan keragaman produk itu sendiri.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.⁹

Hipotesis penelitian ini adalah:

- H1. Harga berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen di masa pandemi di counter millennial cell Palengaan Pamekasan.
- H2. Keragaman produk berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen di masa pandemi di counter millennial cell Palengaan Pamekasan.
- H3. Harga dan keragaman produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat pembelian konsumen di masa pandemi di counter millennial cell Palengaan Pamekasan.

⁸Tim Penyusunan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Pamekasan : Stain Pamekasan, 2020), 17.

⁹*Ibid.*, 11.

F. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini di harapkan bisa menambah ilmu dan pengalaman tentang pengaruh harga dan keragaman produk serta faktor-faktor yang sangat mendukung terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian yang sejenis kedepannya. dan juga bisa memberikan ilmu baru terhadap penelitian berikutnya utamanya mahasiswa IAIN Madura prodi Ekonomi Syariah.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Counter Millennial Cell Palengaan Pamekasan

Dapat menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya agar bisa menjadi lebih unggul dan lebih baik lagi dalam menetapkan harga dan mengupgrade berbagai macam produk agar bisabersaing dengan counter counter lainnya.

b. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan pengetahuan kepada masyarakat yang akan membeli paket data atau produk produk di counter millennial cell.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan penambah wawasan bagi para peneliti yang akan datang sehingga dapat menyempurnakan kekurangan peneliti sebelumnya.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Variabel *independen* sering disebut dengan variable stimulus, predictor, *antecedent* atau *variable bebas*. Variable bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat).¹⁰

1. Variabel Independen, Harga (X1)

Indikator pengukuran variabel harga(X1), yaitu:¹¹

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Daya saing harga.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.
5. Kesesuaian harga dengan tingkat perekonomian.

2. Variabel Independen, Keragaman Produk (X2)

Indikator pengukuran variabel keragaman produk (X2), yaitu:¹²

- a. Kelengkapan Produk

¹⁰I Made Indra dan Ika Cahyaningrum, *cara mudah memaham imetode penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), 2-3.

¹¹Kotler Philip dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 278.

¹²Didik Gunawan, "*Keputusan Pembelian Konsumen Market Place Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*," (Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional,2022),22-23.

- b. Merek Produk
- c. Variasi Ukuran Produk
- d. Variasi Kualitas Produk

3. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen bias disebut sebagai variable out put, kriteria, konsekuen atau variable terikat, Variabel terikat merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas.¹³ Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu Variabel yaitu keputusan pembelian (Variabel Y). Adapun indikator dari keputusan pembelian sebagai berikut¹⁴:

- 1) Kemantapan pada sebuah produk.
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk.
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- 4) Minat berkunjung kembali.

H. Definisi Istilah

Disini peneliti akan memaparkan beberapa istilah yang mungkin kurang bisa dipahami agar tidak terjadi kesalah fahaman dari judul penelitian ini. Berikut istilah istilah dari judul proposal “pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di Counter Millennial Cell Palengaan Pamekasan”.

¹³Kotler Philip dan Amstrong. *Marketing an Introductioin*, (Indonesia: Perason,2011),180.

¹⁴ I Nyoman Wara Wangsa,”*Promosi Penjualan Untuk Membangun Elektronik Wold Of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*,” (Jawa Tengah : Lakeisha, 2022), 13.

1. Harga

Harga adalah harga yang di peroleh dari penjumlahan biaya produksi total di tambah dengan *mark up* yang digunakan untuk menutup biaya *overhead*.¹⁵

2. Keragaman Produk

Keragaman produk adalah barang atau jasa yang bisa di tawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.¹⁶

3. Keputusan Pembelian

Menurut Nugroho keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.¹⁷

4. Masa Pandemi COVID-19

Pandemi Covid-19 merupakan sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, corona virus merupakan virus yang menyebabkan infeksi covid-19.¹⁸

I. Penelitian Terdahulu

Namanya penelitian selalu menjadi hal yang harus di lakukan oleh kita sebagai aset masyarakat dalam mengkaji isu isu yang ada, namun kemudian untuk menghindari kesamaan dari penelitian sebelumnya, maka perlu adanya pembahasan

¹⁵Achmad Slamet dan Sumarli, Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang diinginkan terhadap Jual pada Industry Kecil genteng pres, *jurnal Ekonomi dan Manajemen*.vol.11,2,2002,51.

¹⁶M. Fuaddkk, *Pengantar bisnis* (jakarta: Gramedia pustaka utama, 2003),128

¹⁷Handoko, *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: liberty,2000), 15

¹⁸Wandra, Yaqub, wabah corona virus (COVID-19), *jurnal Inovasi Penelitian*, vol.2.5.2021,1.

ini, yang menjadi tolak ukur perbedaan dan kesamaan terhadap judul yang akan di bahas nantinya, dari itu penelusuran penulis terhadap studi karya karya ilmiah yang berhubungan dengan tema, “pengaruh harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19” (studi kasus pada konsumen Counter Millennial Cell Palengaan Pamekasan). Penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya:

1. Judul penelitian Pengaruh *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di J.CO Manado yang ditulis oleh Ferdyanto Fure joyce lapian, Rita Taroreh (2015) metode yang di gunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan variabel *brand image* kualitas produk, harga, keputusan pembelian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image dan kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Manado, sedangkan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di J.CO Manado.¹⁹
2. Judul penelitian Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan yang di tulis Eka Dewi Setia Tarigan (2016) Hasil penelitian ini Menunjukkan bahwa gaya hidup, label halal dan harga itu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah yang dilakukan oleh mahasiswa Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan tersebut.²⁰

¹⁹Ferdyanto, Joyce Lopian, Pengaruh Brand Image, Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.CO Manado, *Jurnal EMBA*. Vol.3 No. 1 Maret (2015) 367-377.

²⁰Eka Dewi Setia Tarigan, Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan, *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*. Vol.3 No. 1, November 2016.

3. Judul penelitian Kesadaran Merek Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan konsumen membeli di *Kentucky fried chicken* Manado oleh Farli Liwe (2013) Dengan Variabel kesadaran merek, keragaman produk, kualitas produk, dan pengambilan keputusan. Metode yang di gunakan adalah Analisis Regresi Berganda. hasil penelitian ini adalah variabel kesadaran merek, keragaman produk dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pengambilan keputusan.²¹

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
01	Pengaruh brand image, kulaitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di J.CO.Manado	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa brand image dan kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Manado, sedangkan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	Penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang pengaruh variabel X1 dan variabel X2 terhadap variabel Y. Peneliti Juga melakukan penelitian tentang pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y	Penelitian terdahulu variabel X dan Y nya membahas tentang brand images dan kualitas terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian ini variabel X dan Y nya membahas tentang harga dan keragaman produk terhadap

²¹Farli Liwe, "Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di *Kentucky Fried Chicken* Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1 no.4,2013,2107-2116.

		konsumen di J.CO Manado		keputusan pembelian.
02	Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardahpada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan	Hasil penelitian ini Menunjukkan bahwa gaya hidup, label halal dan harga itu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah yang dilakukan oleh mahasiswa Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan tersebut	Penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Peneliti juga melakukan tentang pengaruh variabel X terhadap variabel Y.	Penelitian terdahulu menggunakan 3 variabel X dan 1 variabel Y. Sedangkan penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel X dan satu Variabel Y.
03	Kesadaran merk keragaman produk, dan kualitas produk pengaruhnya terhadap keputusan konsumen membeli <i>Kentucky fried chicken</i>	Hasil penelitian ini adalah variabel kesadaran merk, keragaman produk dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif	Penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Sedangkan penelitian ini juga meneliti	Penelitian terdahulu variabel X dan Y nya membahas tentang kesadaran merk, Keragaman produk dan kualitas produk terhadap

		terhadap pengambilan keputusan	tentang pengaruh variabel X terhadap variabel Y.	pengambilan keputusan. Sedangkan penelitian ini variabel X dan Y nya membahas tentang harga terhadap keputusan pembelian.
--	--	--------------------------------	--	---