

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal.(Sugiyono, 2017:57) Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu, hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

#### **B. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek dan lokasi penelitian ini adalah tentang pengaruh citra merek, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus Rumah Industri Keripik Keripsi Kota Gajah)

#### **C. Metode penelitian**

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, (Sugiyono, 2017:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

##### **1. Operasional variabel**

Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

## 2. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk, promosi dan saluran distribusi.

### a. Citra merek

1. Definisi konseptual: Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu konsumen terhadap merek itu.
2. Definisi operasional Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu konsumen terhadap merek itu. Indikator citra merek yang meliputi Reputasi Merek Yang Sudah Dikenal , Yang Membedakan Dengan Produk Lain, Persepsi Konsumen, dan Penilaian Konsumen, citra merek dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan pada pembeli di keripik keripisi

### b. Harga

1. Definisi konseptual : Pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku membelanjanya. Harga dapat dilihat dari Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Produk, , Daya Saing Harga dan Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.
2. Definisi operasional : Pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku

berbelanjanya. Harga dapat dilihat dari Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Produk, Daya Saing Harga dan Kesesuaian Harga Dengan Manfaat. Harga penelitian ini diteliti dengan menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan pada pembeli di keripik keripisi.

### c. Saluran Distribusi

1. Definisi konseptual : Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Tanpa ada distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya

2. Definisi operasional : Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Tanpa ada distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya yang terdiri dari tempat, waktu, bentuk, informasi.

### 3. Keputusan pembelian

1. Definisi konseptual : keputusan pembelian pada masyarakat adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.
2. Definisi operasional: keputusan pembelian pada masyarakat adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Yang meliputi Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Tahap Penentuan, Perilaku Pasca Pembelian.

Tabel 3 Definisi Operasional variabel

Variabel	Indikator	No item	Skala
Citra merek	1. Reputasi yang sudah dikenal 2. Yang membedakan dengan produk lain 3. Persepsi konsumen 4. Penilaian konsumen	1,2,3,4,5,6,7, 8,9,10,11,12 ,13,14,15, 16,17,18,19,20	Likert
Harga	1. keterjangkauan harga 2. kesesuaian harga dengan produk 3. kesesuaian harga dengan manfaat 4. daya saing harga	1,2,3,4,5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16, 17,18,19,20	Likert
Saluran distribusi	1. Tempat 2. Waktu 3. Bentuk 4. Informasi.	1,2,3,4,5,6 ,7,8,9,10, 11,12,13,14, 15,16,17,18,19, 20	Likert
Keputusan Pembelian	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Tahap Penentuan 5. Prilaku Pasca Pembelian	1,2,3,4 5,6,7,8,9,10 11,12,13 14,15,16 17,18,19,20	Likert

## D. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

(Ferdinand, 2014; 223) Populasi adalah gabungan dari sebuah elemen yang berbentuk peristiwa, hal taua orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menajdi pusat perhatian seorang peneliti karena dianggap sebagai sebuah semesta penelitian. Maka jumlah populasi diambil berdasarkan pada konsumen yang melakukan pembelian pada di produk kripik kripsi sebanyak 435 perbulan.

### 2. Sampel

(Sugiyono, 2017;81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. sampel dalam penelitian ini diambil dari besar dan jumlah populasi penelitian yang tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel pada penelitian ini pada penelitian ini akan menggunakan penelitian accidental sampling yaitu (sugiyono, 2017:221) teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/isidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini ukuran sampel dihitung dengan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

e = nilai kritis (10%)

Berdasarkan Metode Slovin diatas, maka akan diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{435}{1 + 435 e^2}$$

$$1 + 453 (0.1)^2$$
$$= 81,30 \text{ konsumen.}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 82 konsumen sebagai responden penelitian.

## **E. Sumber Data**

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data(Sugiyono, 2018: 225). Sumber data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis atau lisan dengan menggunakan metode wawancara(Jonathan Sarwono, 2014: 16).

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data(Sugiyono, 2018: 225). Sumber data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai saranya untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti(Jonathan Sarwono, 2014: 17). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari perpustakaan berupa buku-buku dan juga melalui jurnal.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tertulis, lisan, gambaran, atau arkeologis(Imam Gunawan, 2016: 175).

### **2. Observasi**

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang di saksikan selama penelitian(W. Gulo, 2010: 115). Observasi juga merupakan suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.

Dalam teknik wawancara menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.

### 3. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal (W. Gulo, 2020: 119).

### 4. Quisioner (Angket)

Angket digunakan sebagai pengumpulan data untuk mendapatkan data. Quisioner adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara memberiseperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawabannya (Sugiyono, 2018: 142). Angket yang digunakan bersifat pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responden untuk mendapatkan objek penelitian dengan jawaban yang disediakan oleh peneliti. Menurut Suharsim Arikunto (2013:107), Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan kemudian diberiskortertentu. Skor tersebut bergerak antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut (Sugiyono, 2018: 167):

**Tabel 5 Jawaban Skala Likert**

Kriteria	Penilaian	
	Skor Positif	Skor Negatif
A	5	1
B	4	2
C	3	3
D	2	4
E	1	5

## 5. Kepustakaan (*Library Research*)

kepustakaan merupakan cara pengumpulan data bermacam macam material yang terdapat diruang kepustakaan seperti koran buku-buku majalah, naskah, dokumen dan sebagainya.

Menurut (sugiyono 2018: 291) studikepustakaanberkaitandengankajianteoritis dan refrensi lain yang berkaitandengannilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasisosial yang diteliti, halinidikarenakanpenelitianinitidaklepasdariliteratur – literaturilmiah

## G. Pengujian instrumen

### 1. Uji validitas

Pengujian validitas ini di tunjukan untuk melihat suatu hubungan antara masing-masing item pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat. Butir-butir pertanyaan yang mempunyai *factor/loading* yang valid yaitu >0,5 menunjukkan bahwa indiktaor-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk. Dengan instrument yang valid akan menghasilkan data yang valid pula, atau dapat dikatan juga bahwa jika data yang di hasilkan dari sebuah instrument valid, maka instrument itu jugavalid.Selanjutnya peneliti akan menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu, diantaranya korelasi *korelasiproductmoment*dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  hitung : koefisien korelasi antara variable X dan Y

$\sum X$  : jumlah skor item

$\sum Y$  : jumlah skor total

N : junmlah responden

$\sum xy$  : hasil perkalian dari total jumlah variable X dan Variabel Y

$\sum x^2$  : kuadrat dari total jumlah Variabel X

$\sum y^2$  : kuadrat dari total jumlah Variabel Y



Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh respondent sampel, kemudian membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dari  $r_{tabel}$  jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument telah di pastikan validitasnya. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *cronbach's Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel, suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's  $\alpha$*   $\geq 0,60$  dengan rumus:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma b^2} \right]$$

dimana :

$r_{11}$  = reliabilitas instrument/ koefisien reliabilitas

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma b^2$  = varians total

## H. Pengujian Persyaratan Analisis

### 1. Uji Normalitas

Menurut pendapat Ghazali (2013:160), bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak, Uji Normalitas di perlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji data distribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan program SPSS, yaitu dengan menggunakan Uji normalitas menggunakan metode *kolmogrov-Smirnov* jika hasil angka signifikan (Sig) lebih kecil dari 0.05 maka data tidak terdistribusi normal. Dalam uji *kolmogrov-Smirnov* ini standar pengambilan keputusan ditentukan dengan pedoman keputusan sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka distribusi data tidak normal

b) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka distribusi data normal

Hipotesis yang digunakan untuk menyimpulkan keputusan adalah:

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal

Ho : data residual berdistribusi normal

## 2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for Linearity* dengan pada tingkat signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi *Deviation from Linearity* lebih dari 0,05.

### I. Pengujian Model analisis

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terkait. Persamaan untuk regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

(sumber: Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

Y = Variabel dependent yang diprediksikan (keputusan pembelian)

X<sub>1</sub> = Variabel independent (citra merek)

X<sub>2</sub> = Variabel independent (harga)

X<sub>3</sub> = Variabel independent (saluran distribusi)

a = Harga Konstanta (Harga Y bila X=0)

e = error

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>n</sub> = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

#### 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menurut Imam Ghazali (2013:98) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t signifikan pengaruh variabel bebas (X)

secara parsial atau bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) yang dapat di hitung:

$$T_{hitung} = \sqrt{\frac{nO^2}{1-r^2}}$$

Dimana :

T = Statistik t derajat ke n-2

O = jenjang koefisien

n = banyaknya pengamatan

Setelah dilakukan uji analisis data dan diketahui hasilnya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau dengan melihat signifikan nilai T lebih kecil atau sama dengan 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis ( $H_0$ ) atau hipotesis *alternative* ( $H_a$ ) tersebut ditolak atau diterima.

-nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis ( $H_a$ ) diterima.

-nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis *alternative* ( $H_a$ ) ditolak.

### 3. Uji F

Uji F disebut juga uji signifikan serentak. Pada dasarnya uji F ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang diamsukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Imam Ghozali, 2013: 98). Uji f ini dapat dilakukan dengan membandingkan antara  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ . Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hipotesis alternatif diterima (layak digunakan), demikian pula sebaliknya. Taraf nyata yang digunakan adalah sebesar 5%. Dalam penelitian digunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 atau 5%. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak yaitu dilakukan dengan cara menguji nilai F. Apabila nilai F positif berarti hipotesis diterima, jika nilai F negatif maka hipotesis ditolak.

### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan menggunakan rumus:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

$R^2$  : koefisien korelasi

## 5. Hipotesis Statistik

Hipotesis Statistik adalah pertanyaan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

- a.  $H_0 : \beta_1 \leq 0$  :Citra merek (X1), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : \beta_1 > 0$  Citra merek (X1), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- b.  $H_0 : \beta_2 \leq 0$  : harga (X2), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : \beta_2 > 0$  : harga(X2), berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- c.  $H_0 : \beta_1 \leq 0$  :saluran distribusi (X3), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : \beta_1 > 0$  saluran distribusi (X3), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- d.  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$  : kualitas produk(X1), harga (X2) dan saluran distribusi (X3)secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$  : kualitas produk(X1), harga ((X2) dan saluran distribusi (X3), secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Perusahaan

Para pengusaha keripik singkong di kecamatan Kotagajah adalah para pengusaha olahan keripik singkong yang semua produksinya dan bahan bakunya di dapatkan dari desa yaitu bahan utamanya singkong atau ubi kayu. Para pengusaha di Kecamatan Tenayan Raya lebih dominan bisnis keluarga yang mana kebanyakan pekerjanya adalah anggota keluarga, Dan usaha ini juga merupakan usaha turun temurun. Ada beberapa yang memiliki kebun ubi sendiri untuk keperluan produksinya namun ada juga sebagian yang memasok dari pemasok ubi yang ada di kotagajah. Para pengusaha keripik singkong di Kecamatan Tenyan Raya sudah memiliki pemikiran yang maju, mereka sedang mengembangkan produksinya dengan melakukan banyak inovasi dan pembaharuan dalam sistem produksi.

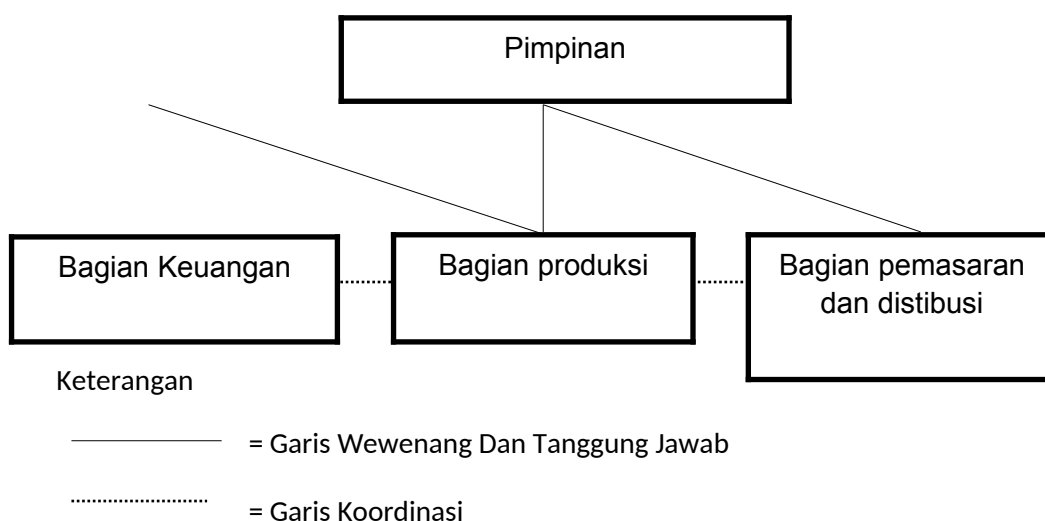
Usaha makanan tradisional bukan sesuatu hal yang mudah dilaksanakan, akan tetapi usaha ini memerlukan ketelitian, ketekunan dan kerja keras. Bukan hanya sekedar memasaknya tetapi harus diperhatikan juga semua bidangnya berkaitan. Adanya peralatan, perlengkapan, bahan mentah, kualitas bahan, pengolahan dan rasa yang pas merupakan faktor yang penting bagi keberhasilan usaha. Faktor-faktor lain yang ikut mempengaruhi keberhasilan usaha ini adalah penjualan, selera atau minat belia masyarakat, keterampilan, pengetahuan tenaga kerja, pendanaan, penetapan harga, cita rasa, serta keinginan kuat untuk meningkatkan pendapatan. Dalam meningkatkan pendapatan, tentunya mendistribusikan dan memasarkan produk secara merata merupakan bagian yang penting dalam meningkatkan suatu laba, peningkatan suatu laba tentunya mempunyai kurun waktu yang cukup lama. Saluran distribusi yang baik akan berpengaruh terhadap minat pelanggan, jika konsumen merasa puas maka akan menambah pendapatan atau omset terhadap usaha keripik singkong ini.

Permintaan pasar untuk makanan ringan terus Mengalir melihat penikmat makanan ringan tidak hanya anak-anak, ada Juga remaja, dewasa dan juga orang tua. Maka tidak heran jika bisnis ini Kebanjiran pelanggan Usaha kripik di daerah sering dikaitkan dengan Masalah-masalah ekonomi di daerah itu sendiri. Seperti tingkat Kemiskinan yang tinggi, jumlah pengangguran yang besar, terutama bagi Golongan masyarakat yang berpendidikan rendah, ketimpangan distribusi Pendapatan, serta proses pembangunan yang tidak merata. Antara kota dengan desa keberadaan usaha kripik di daerah diharapkan dapat Memberikan suatu kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya- upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut.

Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pengusahakeripiksingkong juga merupakanpotensi yang dapatdikembangkan agar bisalebihproduktif. Berdasarkanpenelitiandilapanganebagianmasyarakat di desaKasaranganmemilikiusaha home industrikeripiksingkong yang diperolehdarikehlianturuntemurundari orang tuanya. Begitu juga denganadanyafaktorkeinginankuatuntukmeningkatkanperekonomianmasyarakatd esaKasarangan. Selainmemproduksikeripiksingkongbiasa, pengusahakeripiksingkong juga mengkreasikanproduknya, sepertikeripiksingkongbalado, keripiksingkong gula merah

## 2) Struktur Organisasi Kripik Keripsi

Organisi merupakan alat untuk mencapai tujuan, oleh karena itu struktur yang tepat sangat membantu kegiatan kelancaran perusahaan struktur organisasi



## Gambar 2. Struktur Organisasi

Adapun tugas dan tanggungjawab dari masing-masing bagian pada struktur organisasi Perusahaan Keripik Pisang adalah sebagai berikut:

### 1.) Pimpinan Perusahaan

- a. Bertanggung jawab atas segala kegiatan dan menentukan kebijakan dalam rangka pengelolaan perusahaan.
- b. Memimpin, membina dan memberikan pengarahan terhadap bawahan baik secara langsung maupun tidak langsung.
- c. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan.
- d. Mengkoordinasi dan memberikan tugas-tugas serta meminta tanggung jawab dari masing-masing bagian.

### 2.) Bagian produksi

- a. Merencanakan serta mengawasi produk yang dihasilkan baik secara kualitas maupun kuantitas.
- b. Menjaga dan mengawasi alat pabrik serta mengatur agar proses produksi berjalan secara efektif.
- c. Menjalankan kerjasama dengan bagian lain agar tidak terjadi pemborosan.
- d. Bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.

### 3.) Bagian pemasaran

- a. Menjalin hubungan dengan para pelanggan serta mencari pelanggan baru.
- b. Merencanakan dan mengorganisasi penjualan barang.
- c. Melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan masalah distribusi barang dari produsen ke konsumen.
- d. Melaksanakan kegiatan pemasaran dalam usaha merealisasikan rencana penjualan yang telah dianggarkan.
- e. Bertanggung jawab terhadap pimpinan perusahaan.

### 4.) Bagian administrasi dan keuangan

- a. Mengatur serta mengawasi keluar masuknya keuangan perusahaan.
- b. Membuat laporan keuangan secara periodik.
- c. Mencatat segala transaksi keuangan.

- d. Mengadakan pencatatan keluar masuknya barang dalam perusahaan
- e. Bertanggung jawab atas pelaksanaan dan kelancaran administrasi.

## A. Hasil Penelitian

### 1. Pengujian Persyaratan Instrumen

#### b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur salah atau tidaknya suatu kuesioner berdasarkan perhitungan validitas penulis menggunakan SPSS 24 dan diukur dengan cara membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan dinyatakan valid yang berdasarkan hasil pengujian validitas kuesioner maka rekapitulasi pengujian validitas.

#### i. Uji Validitas variabel *Citra Merek* ( $X_1$ )

**Tabel 6. Uji validitas  $X_1$**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
soal1	70.1951	70.727	.380	.788
soal2	70.8780	69.392	.626	.777
soal3	69.8780	69.639	.452	.784
soal4	70.0610	70.552	.516	.782
soal5	70.6951	69.819	.389	.788
soal6	70.1585	72.283	.351	.790
soal7	71.0000	77.160	-.018	.813
soal8	71.1707	67.254	.421	.786
soal9	70.8293	69.501	.627	.778
soal10	70.2195	73.087	.202	.800
soal11	71.2439	77.026	.005	.809
soal12	71.0854	72.474	.297	.793
soal13	70.7805	71.606	.349	.790
soal14	71.2195	68.371	.381	.789
soal15	70.8780	69.392	.626	.777
soal16	69.8780	69.639	.452	.784
soal17	70.0732	72.711	.254	.796
soal18	70.3293	72.890	.242	.796
soal19	70.8780	69.392	.626	.777
soal20	69.8780	69.639	.452	.784



Table 7. Rekap Hasil Tabel Validitas

No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
Item1	.380	>0,21 3		Item1 1	.005	>0,21 3	Tidak Valid
Item2	.626	>0,21 3		Item1 2	.297	>0,21 3	
Item3	.452	>0,21 3	Tidak Valid	Item1 3	.349	>0,21 3	
Item4	.516	>0,21 3		Item1 4	.381	>0,21 3	
Item5	.389	>0,21 3		Item1 5	.626	>0,21 3	
Item6	.351	>0,21 3		Item1 6	.452	>0,21 3	
Item7	-.01 8	>0,21 3	Tidak Valid	Item1 7	.254	>0,21 3	
Item8	.421	>0,21 3		Item1 8	.242	>0,21 3	
Item9	.627	>0,21 3		Item1 9	.626	>0,21 3	
Item10	.202	>0,21 3	Tidak Valid	Item2 0	.452	>0,21 3	

Berdasarkan diketahui bahwa semua item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner *Citra Merek* diperoleh hasil bahwa didapatkan  $r_{hitung}$  yang di dapat lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan demikian dapat dinyatakan bahwa sebagian item pada uji validitas *Citra Merek* ( $X_1$ ) layak (valid) dan ada item yang tidak valid yaitu no.soal no 7, 10 dan 11 maka item ini tidak digunakan dalam proses selanjutnya.

## ii. Uji Validitas variabel *Harga* ( $X_2$ )

Table 8. Uji Validitas variabel *Harga* ( $X_2$ )

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
soal1	56.6049	73.942	.675	.854
soal2	56.9630	74.236	.495	.861
soal3	56.7778	75.500	.421	.864
soal4	56.7407	74.969	.496	.861
soal5	56.5926	78.094	.423	.864
soal6	56.4198	78.497	.457	.863

soal7	56.4568	76.151	.590	.858
soal8	56.6667	76.050	.551	.859
soal9	56.5432	76.926	.525	.860
soal10	56.6173	76.439	.569	.859
soal11	56.5432	78.226	.446	.863
soal12	56.9630	75.036	.424	.865
soal13	56.8765	75.060	.517	.860
soal14	57.9012	77.740	.424	.863
soal15	57.9136	77.455	.410	.864
soal16	57.9012	78.415	.404	.864
soal17	58.2593	79.894	.282	.868
soal18	57.8395	80.236	.292	.867
soal19	56.9877	74.237	.481	.862
soal20	56.9012	75.515	.485	.861

**Table 9. Rekap Hasil Tabel Validitas**

No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
Item1	<b>.675</b>	>0,21 3		Item1 1	<b>.446</b>	>0,21 3	
Item2	<b>.495</b>	>0,21 3		Item1 2	<b>.424</b>	>0,21 3	
Item3	<b>.421</b>	>0,21 3		Item1 3	<b>.517</b>	>0,21 3	
Item4	<b>.496</b>	>0,21 3		Item1 4	<b>.424</b>	>0,21 3	
Item5	<b>.423</b>	>0,21 3		Item1 5	<b>.410</b>	>0,21 3	
Item6	<b>.457</b>	>0,21 3		Item1 6	<b>.404</b>	>0,21 3	
Item7	<b>.590</b>	>0,21 3		Item1 7	<b>.282</b>	>0,21 3	
Item8	<b>.551</b>	>0,21 3		Item1 8	<b>.292</b>	>0,21 3	
Item9	<b>.525</b>	>0,21 3		Item1 9	<b>.481</b>	>0,21 3	
Item10	<b>.569</b>	>0,21 3		Item2 0	<b>.485</b>	>0,21 3	

Berdasarkan diketahui bahwa semua item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner *Harga diperoleh* hasil bahwa didapatkan  $r_{hitung}$  yang di dapat lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan demikian dapat dinyatakan bahwa sebagian item pada uji validitas *Harga* ( $X_2$ ) layak (valid).

iii. Uji Validitas variabel Saluran distribusi ( $X_3$ )Table 10. Uji Validitas  $X_3$ 

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
soal1	65.1098	84.198	.521	.799
soal2	65.0488	84.146	.627	.794
soal3	65.3171	87.281	.416	.805
soal4	65.1341	88.118	.345	.810
soal5	65.0122	86.654	.554	.799
soal6	65.1098	88.346	.402	.806
soal7	65.2805	89.636	.374	.808
soal8	65.1341	88.488	.473	.803
soal9	65.1098	86.371	.496	.801
soal10	65.3537	88.849	.341	.810
soal11	65.1341	92.093	.225	.815
soal12	65.1341	93.525	.137	.820
soal13	65.4146	93.999	.095	.823
soal14	65.1098	88.346	.402	.806
soal15	65.2805	89.636	.374	.808
soal16	65.0366	90.999	.267	.813
soal17	64.9878	87.938	.389	.807
soal18	65.4878	85.413	.433	.805
soal19	65.0366	90.209	.440	.806
soal20	65.5854	87.752	.421	.805

Tabel 11. Rekap Hasil Tabel Validitas

No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
Item1	.521	>0,21 3		Item1 1	.225	>0,21 3	
Item2	.627	>0,21 3		Item1 2	.137	>0,21 3	Tidak Valid
Item3	.416	>0,21 3		Item1 3	.095	>0,21 3	Tidak Valid
Item4	.345	>0,21 3		Item1 4	.402	>0,21 3	
Item5	.554	>0,21 3		Item1 5	.374	>0,21 3	
Item6	.402	>0,21 3		Item1 6	.267	>0,21 3	

No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
Item7	.374	>0,21 3		Item1 7	.389	>0,21 3	
Item8	.473	>0,21 3		Item1 8	.433	>0,21 3	
Item9	.496	>0,21 3		Item1 9	.440	>0,21 3	
Item10	.341	>0,21 3		Item2 0	.421	>0,21 3	

Berdasarkan diketahui bahwa semua item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner *Saluran distirbusi* diperoleh hasil bahwa didapatkan  $r_{hitung}$  yang di dapat lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan demikian dapat dinyatakan bahwa sebagian item pada uji validitas *Saluran distirbusi* ( $X_3$ ) layak (valid) dan ada item yang tidak valid yaitu 12 dan 13 maka item ini tidak digunakan dalam proses selanjutnya.

#### iv. Uji Validitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

Table 12. Uji Validitas variabel Keputusan Pembelian ( $X_3$ )

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
soal1	61.9390	55.984	.298	.759
soal2	61.9756	53.876	.443	.748
soal3	61.9878	55.247	.285	.760
soal4	62.0976	53.299	.460	.746
soal5	62.0000	56.519	.281	.760
soal6	61.9512	57.578	.274	.760
soal7	61.7317	55.779	.397	.753
soal8	61.9512	56.022	.392	.753
soal9	62.0122	57.197	.312	.758
soal10	61.9878	54.333	.538	.744

soal11	61.8537	55.410	.485	.749
soal12	62.4512	58.794	.052	.780
soal13	62.1829	54.299	.424	.750
soal14	62.7805	52.741	.464	.746
soal15	62.9512	55.331	.299	.759
soal16	62.8780	55.738	.246	.764
soal17	62.0122	56.605	.320	.757
soal18	62.8659	55.599	.343	.755
soal19	62.0610	56.206	.241	.763
soal20	62.3659	56.581	.220	.765

**Tabel 13. Rekap Hasil Tabel Validitas**

No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan	No. Soal	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
Item1	.298	>0,21 3		Item1 1	.485	>0,21 3	
Item2	.443	>0,21 3		Item1 2	.052	>0,21 3	Tidak Valid
Item3	.285	>0,21 3		Item1 3	.424	>0,21 3	
Item4	.460	>0,21 3		Item1 4	.464	>0,21 3	
Item5	.281	>0,21 3		Item1 5	.299	>0,21 3	
Item6	.274	>0,21 3		Item1 6	.246	>0,21 3	
Item7	.397	>0,21 3		Item1 7	.320	>0,21 3	
Item8	.392	>0,21 3		Item1 8	.343	>0,21 3	
Item9	.312	>0,21 3		Item1 9	.241	>0,21 3	
Item10	.538	>0,21 3		Item2 0	.220	>0,21 3	

Berdasarkan diketahui bahwa semua item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner Keputusan Pembelian diperoleh hasil bahwa didapatkan  $r_{hitung}$  yang di dapat lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan demikian dapat dinyatakan bahwa sebagian item pada uji validitas kepuasan konsumen layak (valid) dan ada item yang tidak valid yaitu no.soal no 12 maka item ini tidak digunakan dalam proses selanjutnya.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur ini dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Adapun hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Table 14. Uji reliabilitas Citra Merek**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	16

Sumber: data diolah penulis, 2023

Bahwa uji reliabilitas variabel Citra Merek sebesar 0,798 lebih besar dari 0,600 dengan dengan item pertanyaan 18 yang dinyatakan valid, maka dengan ini variabel Citra Merek dapat dikatakan reliabel atau memenuhi syarat.

**Table 15. Uji reliabilitas Harga**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.868	20

Sumber: data diolah penulis, 2023

Uji reliabilitas variabel Harga sebesar 0,868 lebih besar dari 0,600 dengan dengan item pertanyaan 20 yang dinyatakan valid, maka dengan ini variabel Harga dapat dikatakan reliabel atau memenuhi syarat.

**Table 16. Uji reliabilitas Saluran Distribusi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	18

Sumber: data diolah penulis, 2023

Uji reliabilitas variabel Saluran distribusi sebesar 0,815 lebih besar dari 0,600 dengan dengan item pertanyaan 18 yang dinyatakan valid, maka dengan ini variabel Saluran distribusi dapat dikatakan reliabel atau memenuhi syarat.

**Table 17. Uji reliabilitas Keputusan Pembelian**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	18

Sumber: data diolah penulis, 2023

Bahwa uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,766 lebih besar dari 0,600 dengan dengan item pertanyaan 19 yang dinyatakan valid, maka dengan ini variabel Keputusan Pembelian dapat dikatakan reliabel atau memenuhi syarat.

## 1. Deskripsi Data Hasil Penelitian

### a. Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek

Data variabel Citra Merek diperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari 1x20=20 butir pertanyaan yang skornya menggunakan metode skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 45 sampai 94. Nilai rata-rata 66,89 nilai median 66 nilai modus 66.

Dari hasil uji coba pada variabel Citra Merek(x1) banyaknya data (n) adalah 82 dan nilai terbesar adalah 85 serta nilai terkecil adalah 47, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 38. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3 \log n) \\
 &= 1 + (3,3 \log 82) \\
 &= 1 + (3,3 \times 1,913) \\
 &= 1 + 6,312 \\
 &= 7,312 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}
 \end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

$$P = J/k = 38/8 = 4,75 \text{ dibulatkan menjadi 5}$$

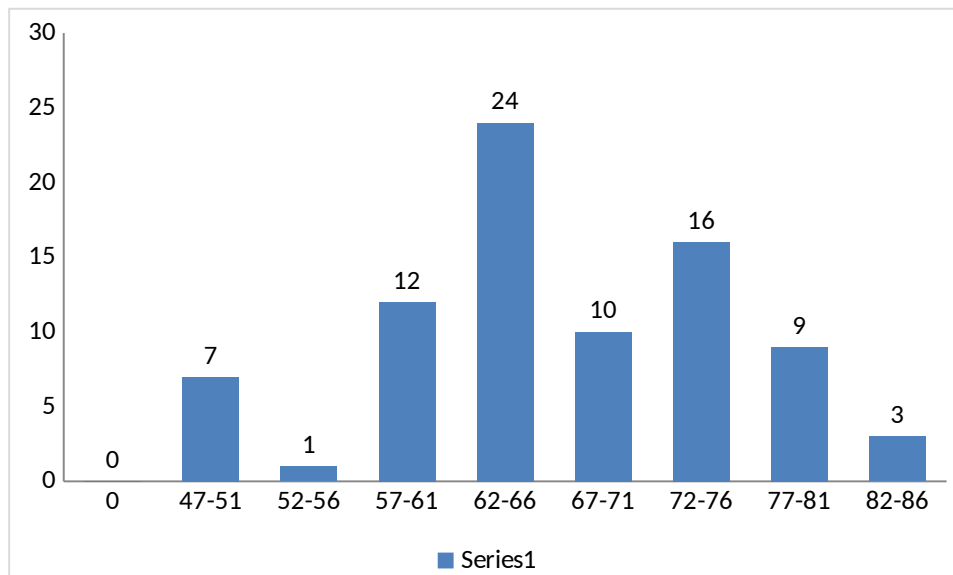
Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 5. Distribusi skor frekuensi variabel Citra Merek dapat dilihat tabel sebagai berikut :

**Tabel 18. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Citra Merek(X1)**

NO	Kelas Interval	Frekuensi	Frekuensi
----	----------------	-----------	-----------

		Absolut	Relatif %
1	47-51	7	7%
2	52-56	1	1%
3	57-61	12	12%
4	62-66	24	24%
5	67-71	10	10%
6	72-76	16	16%
7	77-81	9	9%
8	82-86	3	3%
Jumlah		82	82%
Sumber: data diolah penulis, 2020			

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel Citra Merek (X1) hasil tertinggi terletak pada skor 62-66 sebesar 24 (24%) serta hasil terendah terdapat pada skor 52-56 sebesar 1 (1%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



**Gambar 4. Histogram Skor Variabel Citra Merek(x1)**

#### b. Distribusi Frekuensi Variabel Harga

Data variabel Hargadiperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari 1x20=20 butir pertanyaan yang skornya menggunakan metode



skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 38 sampai 81. Nilai rata-rata 60,12 nilai median 60 nilai modus 68.

Dari hasil uji coba pada variabel Harga (x2) banyaknya data (n) adalah 82 dan nilai terbesar adalah 81 serta nilai terkecil adalah 38, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 38. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3 \log n) \\ &= 1 + (3,3 \log 82) \\ &= 1 + (3,3 \times 1,913) \\ &= 1 + 6,312 \\ &= 7,312 \text{ (dibulatkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

$$P = J/k = 43/8 = 5,375 \text{ dibulatkan menjadi 6}$$

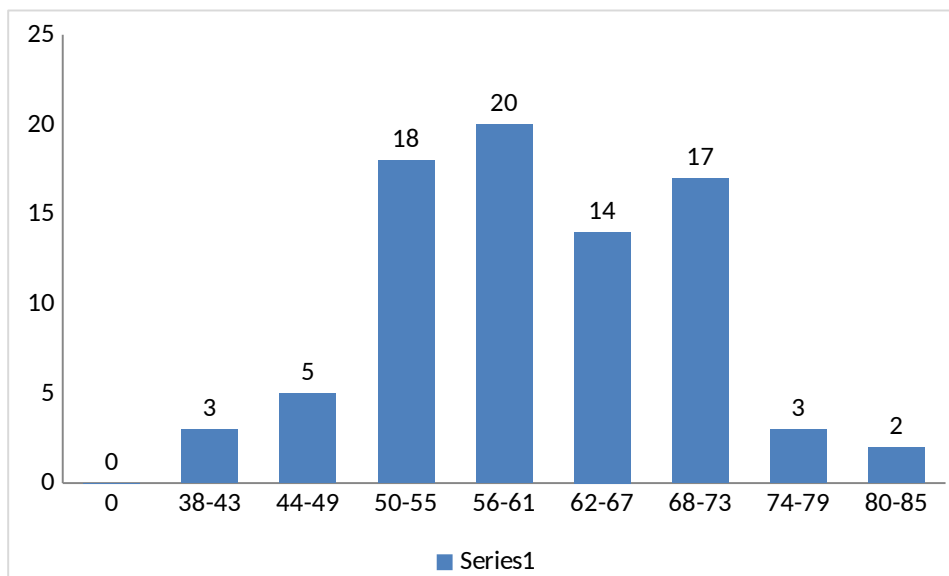
Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 6. Distribusi skor frekuensi variabel Harga dapat dilihat tabel sebagai berikut :

**Tabel 19. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Harga (X2)**

NO	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif %
1	38-43	3	3%
2	44-49	5	5%
3	50-55	18	18%
4	56-61	20	20%
5	62-67	14	14%
6	68-73	17	17%
7	74-79	3	3%
8	80-85	2	2%
Jumlah		82	82%

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel Harga (X2) hasil tertinggi terletak pada skor 56-61 sebesar 20 (20%) serta hasil terendah

terdapat pada skor 80-85 sebesar 2 (2%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



**Gambar 5. Histogram Skor Variabel Harga (x2)**

### c. Distribusi Frekuensi Variabel Saluran Distribusi (x3)

Data variabel saluran distribusi diperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari  $1 \times 20 = 20$  butir pertanyaan yang skornya menggunakan metode skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 44 sampai 84. Nilai rata-rata 62,03 nilai median 62 nilai modus 62.

Dari hasil uji coba pada variabel saluran distribusi (x3) banyaknya data (n) adalah 82 dan nilai terbesar adalah 84 serta nilai terkecil adalah 44, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 40. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3 \log n) \\
 &= 1 + (3,3 \log 82) \\
 &= 1 + (3,3 \times 1,913) \\
 &= 1 + 6,312 \\
 &= 7,312 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}
 \end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

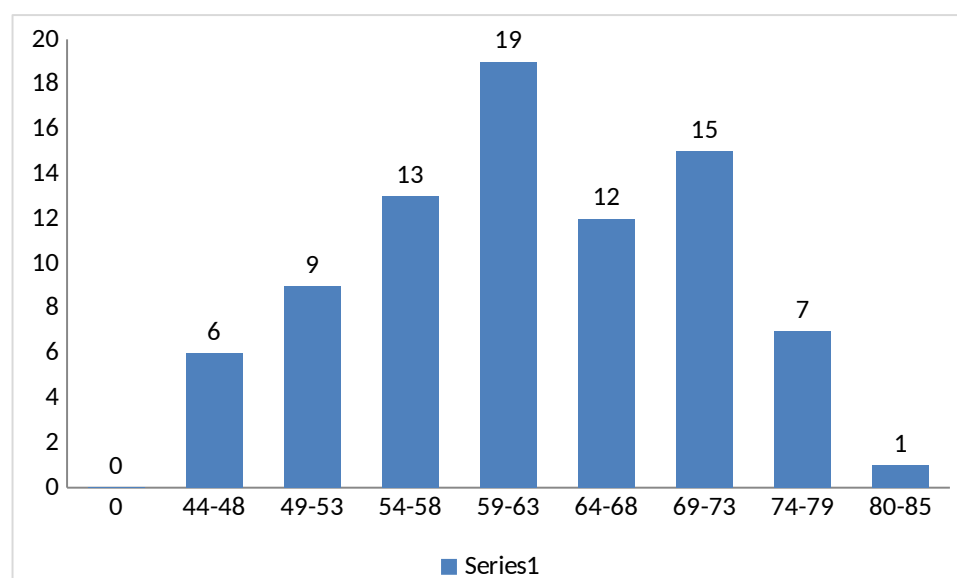
$$P = J/k = 40/8 = 5$$

Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 5. Distribusi skor frekuensi variabel salurandistribusi dapat dilihat tabel sebagai berikut :

**Tabel 20. Distribusi Frekuensi Skor Variabel salurandistribusi (X3)**

NO	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif %
1	44-48	6	6%
2	49-53	9	9%
3	54-58	13	13%
4	59-63	19	19%
5	64-68	12	12%
6	69-73	15	15%
7	74-79	7	7%
8	80-85	1	1%
Jumlah		82	82%

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel salurandistribusi (X3) hasil tertinggi terletak pada skor 59-63 sebesar 19 (19%) serta hasil terendah terdapat pada skor 80-85 sebesar 1 (1%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



### Gambar 6. Histogram Skor Variabel salurandistribusi

#### d. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Data variabel keputusanpembeliandiperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari 1x20=20 butir pertanyaan yang skornya menggunakan metode skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 38 sampai 78. Nilai rata-rata 62,45 nilai median 62 nilai modus 64.

Dari hasil uji coba pada variabel Keputusan Pembelian banyaknya data (n) adalah 82 dan nilai terbesar adalah 78 serta nilai terkecil adalah 38, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 40. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3 \log n) \\ &= 1 + (3,3 \log 82) \\ &= 1 + (3,3 \times 1,913) \\ &= 1 + 6,312 \\ &= 7,312 \text{ (dibulatkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

$$P = J/k = 40/8 = 5$$

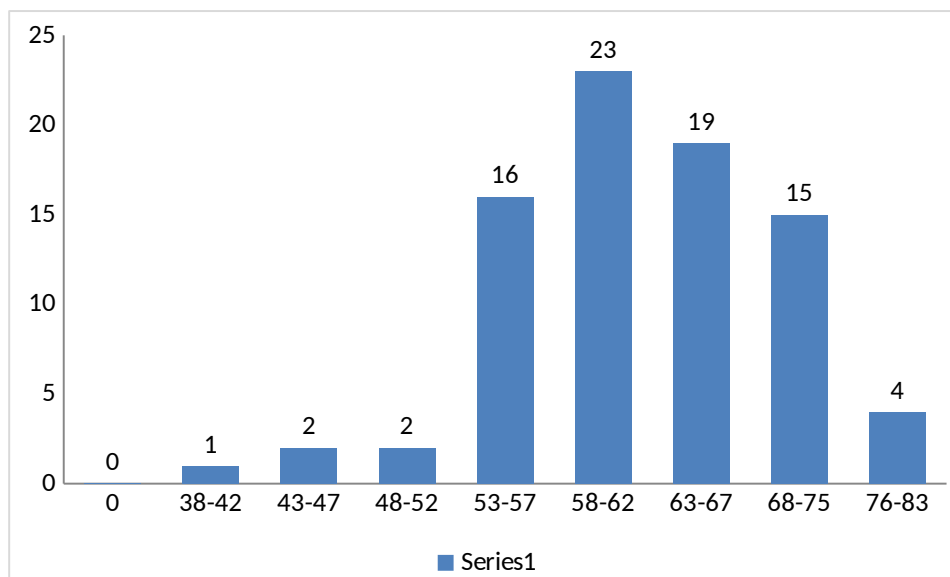
Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 5. Distribusi skor frekuensi variabel keputusan pembelian dapat dilihat tabel sebagai berikut :

**Tabel 21. Distribusi Frekuensi Skor Variabel keputusan Pembelian**

NO	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif %
1	38-42	1	1%
2	43-47	2	2%
3	48-52	2	2%
4	53-57	16	16%
5	58-62	23	23%
6	63-67	19	19%
7	68-75	15	15%

8	76-83	4	4%
Jumlah		82	82%

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel keputusan pembelian hasil tertinggi terletak pada skor 58-62 sebesar 23 (23%) serta hasil terendah terdapat pada skor 38-42 sebesar 1 (1%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji ini menggunakan teknik analisis Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi 5% atau 0,05. Apabila nilai hasil uji signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebut memiliki distribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai hasil uji signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut disajikan hasil uji normalitas:

**Tabel22.Hasil Uji normalitas**

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Keputusan Pembelian	.089	82	.158	.976	82	.136
Citra Merek	.114	82	.010	.972	82	.070
Harga	.097	82	.056	.985	82	.476
Saluran Distribusi	.069	82	.200*	.988	82	.627

\*. This is a lower bound of the true significance.

## a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa masing masing variabel *Citra Merek* memiliki nilai sig 0,070, *Harga* memiliki nilai sig 0,476, *Saluran distribusi* memiliki nilai sig 0,627 dan *Keputusan Pembelian* memiliki nilai sig 0,136. Hasil tersebut menunjukkan bahwa angka signifikansi ( $\text{sig}$ ) > 0,5, sehingga variabel *Brand image*, *Harga*, *Saluran distribusi*, *Keputusan Pembelian* dinyatakan normal.

## b. Uji Linieritas

Uji linearitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear. Kriteria hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dikatakan linear, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil uji linieritas disajikan berikut ini:

**Tabel 23. Hasil uji linieritas Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Citra Merek * Keputusan Pembelian	Between Groups	(Combined)	1681.658	27	62.284	.822	.705
		Linearity	87.795	1	87.795	1.159	.286
		Deviation from Linearity	1593.863	26	61.302	.809	.717
	Within Groups		4089.562	54	75.733		
	Total		5771.220	81			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,717. > 0.05 yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *Citra Merek* ( $X_1$ ) dengan variabel *Keputusan Pembelian* ( $Y$ ) diketahui  $F_{hitung}$  0,809 dan di peroleh nilai  $F_{tabel}$  pada pembilang 26 dan penyebut 54 sebesar

1,68. Karena  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa antara *Citra Merek*( $X_1$ ) dengan variabel Keputusan Pembelian terdapat hubungan linear

**Tabel 24. Hasil Uji Linearitas Harga dan Keputusan Pembelian**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Harga * Keputusan Pembelian	Between Groups	(Combined)	4230.223	27	156.675	3.281	.000
		Linearity	3556.522	1	3556.522	74.480	.000
		Deviation from Linearity	673.702	26	25.912	.543	.954
	Within Groups		2578.557	54	47.751		
	Total		6808.780	81			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar  $0,954 > 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel *Harga* ( $X_2$ ) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) diketahui  $F_{hitung}$  0,543 dan di peroleh nilai  $F_{tabel}$  pada pembilang 26 dan penyebut 54 sebesar 1,68 Karena  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa antara *Harga* ( $X_2$ ) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) terdapat hubungan linear.

**Tabel 25. Hasil Uji Linearitas Saluran distribusi dan Keputusan Pembelian**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Saluran Distirbusi * Keputusan Pembelian	Between Groups	(Combined)	4343.147	27	160.857	2.870	.000
		Linearity	3190.078	1	3190.078	56.920	.000
		Deviation from Linearity	1153.069	26	44.349	.791	.739
	Within Groups		3026.414	54	56.045		
	Total		7369.561	81			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar  $0,739 > 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel Saluran distribusi ( $X_3$ ) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) diketahui  $F_{hitung}$  0,791 dan di peroleh nilai  $F_{tabel}$  pada pembilang 26 dan penyebut

54 sebesar 1,68. Karena  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa antara *Saluran distribusi* ( $X_3$ ) dengan variabel Keputusan Pembelian terdapat hubungan linear.

### c. Uji homogenitas

**Tabel 26. Homogenitas  $X_1$  Dan Y**

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Citra Merek	Based on Mean	1.018	22	54	.461
	Based on Median	.601	22	54	.904
	Based on Median and with adjusted df	.601	22	29.937	.890
	Based on trimmed mean	.968	22	54	.515

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel *Citra Merek* terhadap Keputusan Pembelian diperoleh sig. 0,02 lebih besar dari 0,515 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut homogen.

**Tabel 27. Homogenitas  $X_2$  dan Y**

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Harga	Based on Mean	2.848	22	54	.001
	Based on Median	1.101	22	54	.375
	Based on Median and with adjusted df	1.101	22	27.716	.401
	Based on trimmed mean	2.640	22	54	.002

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel *Harga* terhadap Keputusan Pembelian diperoleh sig. 0,002 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut tidak homogen.

**Tabel 28. Homogenitas  $X_3$  Dan Y**

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.



Saluran Distirbusi	Based on Mean	2.181	22	54	.010
	Based on Median	1.182	22	54	.301
	Based on Median and with adjusted df	1.182	22	23.261	.345
	Based on trimmed mean	1.994	22	54	.020

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel *Saluran distirbusi* terhadap Keputusan Pembelian diperoleh sig. 0,020 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut tidak homogen

### 3. Pengujian Model Analisis

#### a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan hubungan antara dependen dengan variabel-variabel independennya. Apabila variabel independennya mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen berhubungan positif atau negatif, penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

**Tabel 29. Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.505	5.678		1.674	.098
	Citra Merek	.133	.066	.146	2.013	.048
	Harga	.475	.071	.568	6.671	.000
	Saluran Distirbusi	.257	.069	.319	3.725	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

$$Y = 9,505 + 0,133x_1 + 0,475x_2 + 0.257x_3$$

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 9,505, artinya jika Brand image, Harga , Saluran distirbusi, Keputusan pembelian nilainya sebesar 9,505

2. Koefisien regresi variabel *Citra Merek* sebesar 0,133 yang artinya jika *Citra Merek* mengalami kenaikan 1% maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 13,3% dengan status konstan
3. Koefisien regresi variabel *Harga* sebesar 0,475 yang artinya jika *Harga* mengalami kenaikan 1% maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 47,5% dengan dengan status konstan.
4. Koefisien regresi variabel *Saluran distribusi* sebesar 0,257 yang artinya jika *Saluran distribusi* mengalami kenaikan 1% maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 25,7% dengan status konstan.

#### b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh langsung atau tidak terhadap variabel dependennya.

Uji ini menggunakan  $t_{tabel}$  1,667 apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis alternatif diterima.. Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut:

**Tabel 30. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.505	5.678		<b>1.674</b>	<b>.098</b>
	<i>Citra Merek</i>	.133	.066	.146	<b>2.013</b>	<b>.048</b>
	<i>Harga</i>	.475	.071	.568	<b>6.671</b>	<b>.000</b>
	<i>Saluran Distribusi</i>	.257	.069	.319	<b>3.725</b>	<b>.000</b>

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

#### 1. *Citra Merek* Terhadap Keputusan Pembelian

Diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (2,013)  $> t_{tabel}$  (1,664) dengan nilai signifikan (0,048)  $<$  (0,05). Sehingga secara parsial variabel *Citra Merek* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa *Citra Merek* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yang berarti apabila *Citra Merek* meningkat maka Keputusan Pembelian juga akan meningkat.

#### 2. *Harga* terhadap Keputusan Pembelian

Diperoleh nilai  $t_{hitung}(6,671) > t_{tabel} (1,664)$  dengan nilai signifikan  $(0,00) < (0,05)$ . Sehingga secara parsial variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yang berarti apabila Harga meningkat maka Keputusan Pembelian juga akan meningkat.

### 3. Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian

Diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,725) > t_{tabel} (1,664)$  dengan nilai signifikan  $(0,000) < (0,05)$ . Sehingga secara parsial variabel Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yang berarti apabila Saluran Distribusi meningkat maka Keputusan Pembelian juga akan meningkat.

#### c. Uji Signifikansi (Uji F)

Untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen yaitu Tangibles, Reliability dan responsive secara bersama-sama terhadap variabel dependen, digunakan uji F-hitung. Apabila probabilitas tingkat signifikansi uji F-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu yakni 5%, Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 31. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3042.671	3	1014.224	<b>46.004</b>	<b>.000<sup>b</sup></b>
	Residual	1719.634	78	22.047		
	Total	4762.305	81			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Saluran distribusi, Brand Image, Harga						

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan uji F untuk variabel *citramerek*, *Harga* dan Saluran distribusi diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 46,400 dengan nilai signifikansi 0.000. Diperoleh nilai F tabel dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%  $\alpha=5\%$  nilai  $df_1=3$  dan  $(df_2)=(n-k-1)=82-3-1=78$  maka nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,72. nilai  $F_{hitung} 46,004 > F_{tabel} 2,72$  dengan nilai signifikansi  $(0,00) < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *citramerek*, *Harga* dan Saluran distribusi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian.

#### d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan untuk menerangkan variasi variabel dependen. Dapat dilihat perhitungan pada tabel berikut ini :

**Tabel 32. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 <sup>a</sup>	.639	.625	4.69538

a. Predictors: (Constant), Saluran distribusi, Brand Image, Harga

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Koefisien determinasi ( $R$  square) 0,639. Hal ini berarti 63,9% dapat diartikan bahwa variabel independen memberikan kontribusi sebesar 63,9% sedangkan sisanya tidak masuk dalam penelitian ini.

## 2. Hipotesis Statistik

Uji hipotesis dilakukan dengan uji signifikansi secara parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji signifikan dilakukan dengan uji-t pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisis ( $\alpha$ ) 5%

### 1. Uji Hipotesis H1

Perumusan hipotesis di bawah ini :

$$H_0: \beta_1 \leq 0.$$

$$H_a: \beta_1 > 0$$

**Tabel 33. Hasil Uji Hipotesis  $X_1$  dan Y**

No	Variabel Pengujian	Koefisien B	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kesimpulan
1	$X_1$ dengan y	0.133	2,013	1,66 4	Ha diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Dari tabel Uji T menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis *Citra Merek* menunjukkan nilai  $\beta = 0,133$  dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,013. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} 2,013 > 1,664$  maka koefisien  $\beta$  signifikan atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang berarti  $H_a$  diterima artinya *Citra Merek* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## 2. Uji Hipotesis H2

$$H_0: \beta_2 \leq 0.$$

$$H_a: \beta_2 > 0$$

**Tabel 34. Uji Hipotesis  $X_2$  dengan Y**

No	Variabel Pengujian	Koefisien B	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	kesimpulan
1	X2 dengan y	0,475	6,675	1,664	Ha diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Dari tabel Uji T menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis *Harga* menunjukkan nilai  $\beta = 0,475$  dengan  $t_{hitung}$  sebesar 6,675. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} 6,675 > 1,664$  maka koefisien  $\beta$  signifikan atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang berarti  $H_a$  diterima artinya *Harga* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## 3. Uji Hipotesis H3

$$H_0: \beta_3 \leq 0.$$

$$H_a: \beta_3 > 0$$

**Tabel 35. Uji Hipotesis  $X_3$  dengan Y**

No	Variabel Pengujian	Koefisien $\beta$	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kesimpulan
1	X3 dengan y	0,257	3,725	1,664	Ha diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Dari tabel Uji T menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis *saluran distribusi* menunjukkan nilai  $\beta = 0,257$  dengan  $t_{hitung}$  sebesar 3,725. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} 3,725 > 1,667$  maka koefisien  $\beta$  signifikan atau dapat

disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang berarti  $H_a$  diterima artinya *Saluran distribusi* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### b. Uji Hipotesis $H_4$

$$H_0: \beta_4 X_4 \leq 0$$

$$H_a: \beta_4 X_4 > 0$$

**Tabel 36. Uji Hipotesis  $X_1, X_2, X_3$  dengan  $Y$**

No	Variabel Pengujian	$f_{hitung}$	$f_{tabel}$	Kesimpulan
1	$X_1, X_2, X_3$ dengan $y$	46,004	2,72	Ha diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Dari tabel Uji T menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis *Brand image, Harga, Saluran distribusi* menunjukkan nilai  $f_{hitung} = 46,004$  dengan  $f_{tabel}$  sebesar 2,72. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka koefisien  $\beta$  signifikan atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang berarti  $H_a$  diterima *Brand image, Harga, Saluran distribusi* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## B. Pembahasan

### 1) Pengaruh Citra Merek Terhadap Pembelajaran online

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Merek yang meliputi yang meliputi Reputasi Merek Yang Sudah Dikenal, Yang Membedakan Dengan Produk Lain, Persepsi Konsumen, Penilaian Konsumen dalam Keputusan Pembelian. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Reputasi Merek Yang Sudah Dikenal, hal ini menunjukkan apabila Memiliki Reputasi Merek Yang Sudah Dikenal maka akan memberikan daya tarik tersendiri untuk membeli produk.

Hal ini juga didukung oleh Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rakhma (2021) yang berjudul Analisis Pengaruh *Product Knowledge, Brand*

*Image*, dan *Online Customer Saluran distribusi* terhadap keputusan pembelian yang Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Berdasarkan penelitian dengan uji F dan uji t, variable Product Knowledge, Brand Image, dan Online Customer Saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 2) Pengaruh *Harga Terhadap Keputusan Pembelian*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga Dengan indikator, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi keterjangkauan harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga sebuah produk yang ditawarkan haruslah wajar dan tidak banyak mengalami perubahan harga. Sehingga konsumen dapat membeli produk tersebut dengan harga yang wajar atau sesuai dengan harapan mereka. Jika harga suatu produk yang ditawarkan tidak wajar atau berbeda dengan harga produk lain yang sejenis maka konsumen akan lebih banyak tertarik dengan produk yang memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan pembeli.

Hal ini juga didukung oleh Hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Anissa (2021) yang berjudul Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Nurul Izza Yogyakarta. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Variabel Citra Merek Dan Harga Mempunyai Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

## 3) Pengaruh *Saluran distribusi Terhadap Keputusan Pembelian*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Saluran distribusi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *Saluran distribusi* meliputi Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa ada distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya yang terdiri dari tempat, waktu, bentuk, informasi.

Hal ini juga didukung oleh Hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Septy (2019) yang berjudul Analisis Strategi Saluran Distribusi Pada PT Rajawali

Nusindo Cabang Medan Hasil Penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Analisis Strategi Saluran Distribusi Pada PT Rajawali Nusindo Cabang Medan secara simultan berpengaruh signifikan

#### **4) Pengaruh citramerek, Harga dan Saluran distirbusi Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, Harga dan Saluran distirbusi secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pertimbangan kualitas produk, pertimbangan harga, pertimbangan merek, dan pertimbangan pemasok dalam proses pembelian produk yang baik, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian

Hal ini juga didukung oleh Hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Tambunan (2012) yang berjudul Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto. Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Variabel Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Mempunyai Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian