

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI PADA
PABRIK KERIPIK PISANG “METRO SNACK” KOTA METRO)”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program
S1 Manajemen



Oleh:

MUHAMMAD ALI IMRON
NPM.16610189

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2021**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI PADA
PABRIK KERIPIK PISANG “METRO SNACK” KOTA METRO)”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program
S1 Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD ALI IMRON

NPM.16610189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI PADA
PABRIK KERIPIK PISANG “METRO SNACK” KOTA METRO)”**

Oleh:

Muhammad Ali Imron ,
H. Suwanto², S.E M.M, Nina Ielawati², S.E., M.M
NPM.16610189

ABSTRAK

Muhammad Ali Imron Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pabrik Keripik Pisang “Metro Snack” Kota Metro)” Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E M.M (2) Nina Ielawati, S.E., M.M

Jumlah penduduk Indonesia yang besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk-produk mereka. Perusahaan-perusahaan asing maupun dalam negeri berusaha mendirikan bisnis dan menciptakan jenis-jenis produk yang nantinya akan digemari oleh konsumen di Indonesia. Banyaknya perusahaan ini menciptakan adanya persaingan bisnis yang ketat

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. 3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. 4) Untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi dan saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 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. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen metro snack Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 75 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk, promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, Promosi, saluran distribusi , keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND
DISTRIBUTION CHANNELS ON CONSUMER
PURCHASE DECISIONS
(STUDY ON BANANA CRIPS FACTORY“METRO SNACK” METRO CITY)”**

By:

Muhammad Ali Imron

H. Suwarta², S.E M.M, Nina Ielawati², S.E., M.M
NPM.16610189

ABSTRACT

Muhammad Ali Imron Influence of Product Quality, Promotion, and Distribution Channels on Consumer Purchase Decisions (Study on Banana Chips Factory "Metro Snack" Metro City)" Supervisor (1) H. Suwarta, S.E M.M (2) Nina Ielawati, S.E., M.M

Indonesia's large population is a very potential market for companies that market their products. Foreign and domestic companies are trying to establish businesses and create types of products that will be favored by consumers in Indonesia. The number of these companies creates a tight business competition

This study aims 1) To find out whether product quality has an effect on purchasing decisions. 2) To find out whether there is a promotion effect on purchasing decisions. 3) To find out whether there is an influence of distribution channels on purchasing decisions. 4) To find out whether product quality, promotion and distribution channels affect purchasing decisions. This study uses a quantitative approach. The survey method was chosen as the primary data source. The survey method focuses on collecting data from respondents who have certain information, thus enabling researchers to solve problems. Data collection was carried out using a questionnaire or questionnaire instrument. In this study, the population was the consumers of the Mama Alya restaurant. The sampling technique used was accidental sampling with a total sample of 75 people. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale.

The results showed that 1) there was a positive and significant influence between product quality on purchasing decisions. 2) there is a positive and significant influence between promotions on purchasing decisions. 3) there is a positive and significant influence between distribution channels on purchasing decisions. 4) there is a positive and significant influence between product quality, promotion and distribution channels on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Promotion, Distribution Channel, Purchasing Decision



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2554/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : MUHAMMAD ALI IMRON
NPM : 16610189
JENIS DOKUMEN : SKRIPSI

JUDUL:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Pabrik Keripik Pisang "Metro Snack" Kota Metro)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 08 September 2021
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Ki Hajar Dewantara No 116 Iringmulyo,
Metro Timur Kota Metro, Lampung,
Indonesia

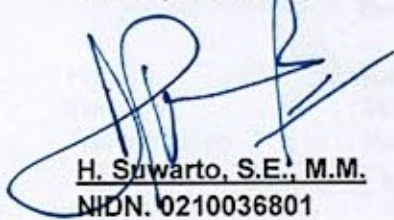
Website: www.upi.ummetro.ac.id
Email: upi@ummetro.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN
(Studi pada Pabrik Keripik Pisang "Metro Snack" Kota Metro)

MUHAMMAD ALI IMRON
NPM.16610189

Dosen pembimbing I.



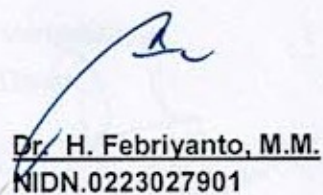
H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Dosen pembimbing II.



Nina Irlawati, S.E., M.M.
NIDN. 0212028802

Mengetahui,
Kaprosdi manajemen



Dr. H. Febriyanto, M.M.
NIDN.0223027901

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada Pabrik Keripik Pisang "Metro Snack" Kota Metro)

Oleh

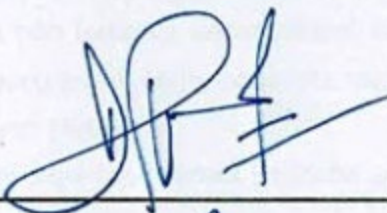
MUHAMMAD ALI IMRON
NPM.16610189

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:


Hari : Kamis
Tanggal : 26 Agustus 2021
Tempat Ujian : Ruang sidang FEB UM metro

Tim Penguji,

H. Suwanto, S.E., M.M
NIDN. 0210036801


Ketua Penguji


Nina Ielawati, S.E., M.M
NIDN. 0212028802


Sekretaris

Ratmono, SE., M.M
NIDN. 020076001


Penguji Utama

Mengetahui


Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD ALI IMRON

NPM : 16610189

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pabrik Keripik Pisang "Metro Snack" Kota Metro) adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi ini, maka saya bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun.

Metro, 08 Agustus 2021



MUHAMMAD ALI IMRON
NPM. 16610189

MOTTO

“Nyatakan Perasaan, Hentikan Penyesalan, Maafkan Kesalahan, Tertawakan Kenangan, Kejar Impian. Hidup Terlalu Singkat Untuk Dipakai Meratap”

(fiersa Besari)

“move like the wind, be steady like a rock”

(saber Mlbb)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini maka penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak dan Ibu (Bapak hendi prayoga dan Ibu margindi) tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan tak henti-henti memberikan dukungan, serta senantiasa berdo'a untuk keberhasilan serta segala yang terbaik untuk penulis, terimakasih atas segala doa kalian yang tulus, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
2. kakak tersayang (siska hana fatimah), serta keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
3. Kakek dan nenek (kakek Sugiyono dan Nenek Pariyem) tercinta yang selalu memberikan dukungan, serta senantiasa berdo'a untuk keberhasilan serta segala yang terbaik untuk penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran tuhan yang maha esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa suatu halangan apapun, dengan judul skripsi **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANKONSUMEN (Studi pada Pabrik Keripik Pisang “Metro Snack” Kota Metro) ”**.

Penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala selama penyusunan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro dan selaku Pembimbing I penyusunan skripsi ini.
3. Dr. H. Febriyanto, M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Nina lelawati, S.E.,M.M. sebagai pembimbing II yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan, pikiran, waktu, tenaga serta pengalaman selama penulis mengikuti perkuliahan, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Semua pihak yang ikut banyak membantu dalam pembuatan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
7. Para teman mandala squad yang telah menghibur dikala saya bosan mengerjakan skripsi.
8. Para rekan-rekan seperjuangan khususnya kelas Manajemen D angkatan 2016 yang telah menjadi bagian dari cerita dalam perjalanan kuliahku.
9. Teman-teman fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2016.
10. Almamater kebanggaan Universitas Muhammadiyah Metro.

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Metro, Oktober 2020

Muhammad Ali Imron

NPM : 16610189

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)	vi
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	viii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	ix
MOTTO	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1. Identifikasi masalah.....	6
2. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Pengertian pemasaran.....	9
2. Konsep pemasaran.....	10
3. Tujuan pemaaran.....	11
4. pengertian Kualitas Produk	12
5. dimensi kualitas produk.....	13
6. faktor yang mempenagruhi kualitas produk.....	14
7. Pengertian promosi.....	16

8. Bauran promosi.....	17
9. Tahap tahap pelaksanaan promosi	17
10. Pengertian saluran distribusi	19
11. Pengertian Keputusan Pembelian	20
12. Tahap Proses Keputusan Pembelian	21
13. Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	25
B. Hasil Penelitian Relevan	27
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	35
C. Metode Penelitian	35
1. Operasional Variabel.....	35
D. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
E. Sumber Data	41
1. Sumber Data Primer	41
2. Sumber Data Sekunder.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Dokumentasi.....	41
2. Observasi.....	41
3. Wawancara.....	42
4. Quisioner	42
5. Kepustakaan	43
G. Teknik Analisis Data	43
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji reliabilitas	44
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	44
a. Uji Normalitas.....	44
b. Uji Linearitas	45
c. Uji homogenitas	45
3. Uji Persamaan	45

a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4. Pengujian Hipotesis	46
a. Uji t.....	46
b. Uji F	46
c. Uji R ² Determinasi	47
d. Uji hipotesis.....	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
1. Sejarah singkat perusahaan.....	52
2. Struktur organisasi	51
B. Hasil Penelitian	53
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	53
a. Uji validitas	53
b. Uji reliabilitas.....	53
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	54
a. Uji Normalitas.....	54
b. Uji Lineritas	55
c. Uji homogenitas	57
3. Distribusi frekuensi variabel	58
4. Pengujian model analisis	66
a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	66
5. Pengujian Hipotesis	68
a. Uji Parsial (Uji T)	68
b. Uji Signifikasi (Uji F)	69
c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	70
d. Hipotesis Statistik.....	70
C. Pembahasan	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 volume penjualan kripik pisang metro snack 2019	4
Tabel 2 tipe perilaku pembelian	22
Tabel 3 Hasil Penelitian Relevan	27
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 5. Kisi-kisi Kuesioner Penelitian	38
Tabel 6. Jawaban Skala Likert	43
Tabel 7 Hasil uji normalitas	55
Tabel 8 Uji Normalitas Semua Variabel	55
Tabel 9 Hasil uji linieritas kualitas produk dan keputusan pembelian	56
Tabel 10 Hasil Uji Linearitas promosi dan keputusan pembelian	56
Tabel 11 Hasil Uji Linearitas saluran distribusi dan keputusan pembelian	57
Tabel 12 uji homogenitas kualitas produk	57
Tabel 13 uji homogenitas promosi	58
Tabel 14 uji homogenitas saluran distribusi	58
Tabel 15 distribusi frekuensi x1	59
Tabel 16 distribusi frekuensi x2	61
Tabel 17 distribusi frekuensi x3	63
Tabel 18 distribusi frekuensi Y	65
Tabel 19 Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 20 Hasil Pengujian bersama-sama (Uji F)	69
Tabel 21 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R ²)	70
Tabel 22 Hasil Uji Hipotesis kualitas produk dan keputusan pembelian	70
Tabel 23 Uji Hipotesis promosi dan keputusan pembelian	71
Tabel 24 Uji Hipotesis saluran distribusi dan keputusan pembelian	71
Tabel 25 Uji Hipotesis kualitas produk , promosi , saluran distribusi dan keputusan pembelian	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka pemikiran	31
Gambar 2 struktur organisasi.....	53
Gambar 3 histogram skor x1	60
Gambar 4 histogram skor x2.....	62
Gambar 5 histogram skor x3.....	64
Gambar 6 histogram skor Y	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	79
Lampiran 2. Tabulasi Skor Hasil Kuesioner	94
Lampiran 3 Distribusi frekuensi kuisioner.....	111
Lampiran 4. Uji validitas.....	117
Lampiran 5. Persyaratan analisis	127
Lampiran 6. Uji Regresi Linier Berganda	127
Lampiran 7. Uji hipotesis.....	129
Lampiran 8 Uji hipotesis statistik.....	130
Lampiran 9. Tabel r	131
Lampiran 10.Tabel t.....	132
Lampiran 11. Tabel f.....	134
Lampiran 12. Tabel lineritas.....	137