

**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. Suwanto<sup>2</sup>, S.E M.M, Nina Ielawati<sup>2</sup>, 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. Suwato<sup>2</sup>, S.E M.M, Nina Ielawati<sup>2</sup>, 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. Suwato, 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**