

**PRODUK, SALURAN DISTRIBUSI DAN HARGA PENGARUH  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TAHU TEMPE PUNA JAYA**



**Skripsi**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Sintuwu Maroso

Oleh :

PUTRI SOFIYAH  
91911404122103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SINTUWU MAROSO  
POSO  
2023**

PUTRI SOFIYAH, 91911404122103, **Pengaruh Produk, Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Tempe Puna Jaya**, dibimbing oleh Holmes R. Kapuy dan Adolf O.S Lubalu.

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel Produk, Saluran Distribusi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tahu Tempe Puna Jaya. Teknik sampel menggunakan Probability Sampling dengan jumlah 48 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini telah dianalisis berdasarkan dengan Regresi Linear berganda dan diuji melalui (SPSS) versi 25.

Pada penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis data statistic, Indikator penelitian bersifat valid dan pada variabelnya bersifat reliabel. pengujian asumsi klasik dan model regresi bebas multikolonieritas tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Dari persamaan menghasilkan regresi yaitu  $Y = 11.113 + 0,120X_1 + 0,359X_2 + 0,029X_3$ . Dengan koefisien determinasi  $R^2$  kontribusi pengaruh produk, saluran distribusi dan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar 0,362 atau 36,2% dan sisanya 63,8% di tentukan oleh variabel lain. Dengan hipotesis menunjukkan bahwa uji t variabel Produk, Saluran Distribusi dan Harga berpengaruh signifikan dengan nilai  $f_{hitung}$  yaitu 8,325, sedangkan untuk nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$ . Selanjutnya uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bawa  $t_{hitung}$  variabel Produk 1,220 dengan signifikan  $0,229 > 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  variabel Saluran Distribusi 3,066 dengan signifikan  $0,004 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  variabel Harga 0,304 dengan signifikan  $0,762 > 0,05$ .

**Kata Kunci : Produk, Saluran Distribusi, Harga, Keputusan Pembelian.**



**PUTRI SOFIYAH**, 91911404122103, **The Influence of Products, Distribution Channels and Prices on Purchasing Decisions of Puna Jaya Tofu and Tempe**, supervised by Holmes R. Kapuy and Adolf O.S Lubalu.

## **ABSTRACT**

The research aims to determine the influence of Product, Distribution Channel, and Price variables on Purchasing Decisions of Puna Jaya Tofu and Tempe. The sample technique used Probability Sampling with a total of 48 people. The data used in this research has been analyzed based on multiple linear regression and tested using (SPSS) version 25.

The research shows that the results of statistical data analysis, and research indicators are valid and the variables are reliable. testing classical assumptions and multicollinearity-free regression models does not occur heteroscedasticity and is normally distributed. The equation produces a regression, namely  $Y = 11,113 + 0.120X_1 + 0.359X_2 + 0.029X_3$ . With the coefficient of determination  $R^2$ , the contribution of product, distribution channel, and price to purchasing decisions is 0.362 or 36.2% and the remaining 63.8% is determined by other variables. The hypothesis shows that the t-test for the variables Product, Distribution Channel, and Price has a significant effect with a calculated f value of 8.325, while the significant value is  $0.000 < 0.05$ . Furthermore, the hypothesis test carried out showed that the t-count for the Product variable was 1.220 with a significance of  $0.229 > 0.05$  the T-count for the Distribution Channel variable was 3.066 with a significance of  $0.004 < 0.05$  and the T-count for the Price variable was 0.304 with a significance of  $0.762 > 0.05$ .

Keywords: *Products, Distribution Channels, Prices, Purchasing Decisions.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	7
2.1.2 Produk.....	9
2.1.3 Saluan distribusi .....	10
2.1.4 Harga .....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Pikir.....	14
2.4 Hipotesis .....	14

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	15
3.2 Metode Penelitian .....	15
3.3 Data dan Sumber Data .....	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.5 Populasi dan Sampel.....	17
3.5.1 Populasi .....	17
3.5.2 Sampel .....	17
3.6 Tehnik Analisis Data .....	18
3.6.1 Uji Validitas .....	18
3.6.2 Uji Reabilitas .....	18
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	18
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	18
3.6.3.2 Uji Multikolineritas .....	19
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	19
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	19
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi .....	20
3.6.6 Uji f.....	20
3.6.7 Uji t.....	21
3.7 Definisi Operasional .....	21
3.7.1 Produk (XI).....	21
3.7.2 Saluran Distribusi (XII).....	22
3.7.3 Harga (XIII) .....	22
3.7.4 Keputusan pembelian (Y).....	23

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian.....	24
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	24

4.1.2 Karakteristik Responden.....	24
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin .....	25
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	25
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan .....	26
4.1.3 Hasil Analisis Data.....	27
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas .....	27
4.1.3.2 Hasil Uji Reabilitas .....	28
4.1.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	29
4.1.3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	32
4.1.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	33
4.1.3.6 Hasil Uji f .....	34
4.2. Pembahasan.....	37
4.2.1 Produk, Saluran distribusi Dan Harga Berpengaruh Secara simultan terhadap keputusan pembelian .....	37
4.2.2 Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
4.2.3 Saluran Distribusi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	39
4.2.4 Harga Berpengaruh Secara Siignifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	41
5.2 Saran .....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Usaha mikro kecil menengah yang bisa disebut dengan UMKM merupakan suatu usaha bernilai tinggi yang mulai bergerak dalam berbagai bidang usaha yaitu usaha niaga, usaha pertanian, usaha industri, usaha jasa, dan lainnya. Cara yang efektif bagi Indonesia untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran yakni melalui pemanfaatan UMKM. Secara statistik, UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah terbesar di Indonesia. UMKM juga merupakan kumpulan pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi faktor pertumbuhan ekonomi pada masa pasca kritis. (Herma wan, 2018). Di kalangan usaha mikro kecil menengah, khususnya yang bergerak di bidang produksi komoditas pangan yang banyak diminati oleh masyarakat, salah satunya pada Perusahaan tempe dan tahu yakni Perusahaan industri dimana bahan baku mentah diolah menjadi produk jadi.

Tempe dan tahu suatu makanan yang sangat populer di Indonesia. Banyak orang yang menyajikan tahu dan tempe dengan nasi sebagai lauk atau sebagai hidangan pembuka. Tahu dan tempe merupakan makanan yang banyak diminati sebab rasanya yang nikmat juga harga yang relatif murah. Tempe dan tahu memiliki banyak gizi, protein, kalori, karbohidrat, fosfor dan juga vitamin B. Tempe dan tahu sering dikonsumsi orang yang dalam program diet rendah kalori.

Pabrik Tahu tempe Puna Jaya merupakan industri kecil rumahan tahu dan tempe ini berdiri sejak tahun 2011 dan berlokasi di Desa puna jaya, Jalan Trans Sulawesi, Kabupaten Poso Pesiri. Pada proses produksi pembuatan tahu tempe akan melalui beberapa tahap mulai dari proses pengelolaan kedelai yang dibersihkan, dimasak lalu dibersihkan Kembali, kemudian proses pengemasan dan difermentasi sampai menjadi tahu tempe yang siap dipasarkan oleh pabrik tahu tempe Puna Jaya untuk dijual belikan dan dikonsumsi oleh konsumen.

perusahaan yang pada usahanya mengelola barang melalui proses produksi tidak dapat dipisahkan pada persediaan barang yakni bahan baku mentah, persediaan bahan setengah jadi, maupun persediaan bahan jadi. dan persediaan setiap perusahaan berbeda. Maka kendala yang berkaitan dengan proses produksi ini yaitu pada proses penyerahan barang, kualitas barang yang diberi juga jumlah barang yang tersedia untuk kebutuhan konsumen saat memutuskan untuk membeli.

Keputusan pembelian merupakan suatu keinginan pelanggan untuk memperoleh suatu produk dan, atas dasar kesannya tentang produk yang berkaitan dengan kemampuannya untuk memenuhi permintaan konsumen, konsumen akan menentukan pilihan mana yang akan dibeli. (Sari, M., & Kapuy, 2021). pengaruh produk ini memiliki dampak terbesar pada keputusan pembelian. dikarenakan pengaruh langsung dibandingkan dengan pengaruh variabel bebas lainnya merupakan pengaruh yang paling besar. Dan pengaruh terbesar kedua yakni pengaruh harga setelah pengaruh produk. Ini menunjukkan bahwa harga masih merupakan pengaruh yang dominan (setelah pengaruh produk) terhadap keputusan pembelian.



Berbeda dengan pengaruh variabel distribusi yang tidak sebesar pengaruh produk dan harga, ini menunjukkan bahwa distribusi masih merupakan pengaruh yang signifikan (setelah pengaruh produk dan harga) terhadap keputusan pembelian. Hal ini berkaitan dalam usahanya memenuhi kebutuhan dengan tahap yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh dan menggunakan produk menurut (Imam Heryanto, 2015). Maka peneliti akan mengidentifikasi berdasarkan masalah dengan variabel produk, saluran distribusi, dan harga.

Produk merupakan sesuatu yang digunakan oleh konsumen untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya yang ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dan digunakan oleh konsumen. Suatu produk dikatakan bermutu tinggi apabila mampu memenuhi keinginan konsumen (Daud, 2018).

Hasil penelitian (Muhammad Ridwan, Sintia Desi, 2021) menyatakan yakni keputusan pembelian didasarkan pada produk berpengaruh signifikan. Faktor kualitas produk menentukan apakah kualitas dan kinerja produk, pesona atau gaya produk. Tampilan produk tidak mudah berubah bentuk dan memberikan apa yang diharapkan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian. Tidak hanya produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, saluran distribusi juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Saluran distribusi yaitu suatu kinerja atau proses upaya Perusahaan dalam mengembangkan usahanya dalam perencanaan, mengorganisasikan, pengawasan, mengoperasikan guna mencapai tujuan perusahaan juga sebagai himpunan atau perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam

mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen menurut Kotler dalam jurnal penelitian (Ika Lis Mariatun, 2017).

Hasil penelitian (Vittorio Tanjaya dan Willy Wijaya, 2019) menunjukkan bahwa keputusan pembelian didasarkan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan konsumen akan merasa puas jika saluran distribusinya tepat sehingga dapat memperoleh daya saing yang kuat untuk meningkatkan banyaknya perusahaan dengan strategi pemasaran yang berbeda – beda. Hal ini juga berpengaruh terhadap variabel harga pada keputusan pembelian.

Harga yakni sejumlah uang dikenakan untuk mendapatkan suatu barang ataupun jasa seseorang, dimana jumlah uang ditukar oleh konsumen dapat bermanfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut dalam jurnal penelitian Kotler. (Aditya Hangga Supangkat, 2017).

(Pratiwi, 2019), menyatakan bahwa keputusan pembelian didasarkan harga berpengaruh positif dan signifikan, karna harga yang ditawarkan relatif dan terjangkau, maka akan dapat meningkatkan keputusan konsumen dan berdampak besar terhadap penetapan harga atau jasa, karena harga merupakan faktor penentu keputusan konsumen, harga yang mempengaruhi posisi mereka dalam persaingan.

Pada awal pengamatan terhadap kegiatan produksi usaha tempe dan tahu. Melalui latar belakang dan permasalahan maka penulis mengemukakan sebuah judul **“Pengaruh Produk, Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Tempe Puna Jaya”** dan peneliti telah mencoba merumuskan masalah sebagai berikut :

## **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah produk, saluran distribusi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya ?
- 1.2.2. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya ?
- 1.2.3. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya ?
- 1.2.4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh produk, saluran distribusi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya.
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya.
- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya.
- 1.3.4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tahu tempe Puna Jaya.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

##### **1.4.1. Bagi Perusahaan**

Untuk membantu pabrik tahu tempe di Puna Jaya dalam mencapai penjualan, mereka sangat perlu menjaga harga pasar yang disesuaikan dengan bahan-bahan pembuatan tahu tempe.

##### **1.4.2. Bagi Unsimar**

Untuk memudahkan peneliti memberikan informasi ilmiah pada penelitian lebih lanjut yang ingin menyelidiki judul di atas.

##### **1.4.3. Bagi Peneliti**

untuk dapat menyelesaikan tugas akhir dan persyaratan untuk mendapatkan gelar S1 Sarjana Ekonomi di Universitas Sintuwu Maroso.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Hangga Supangkat, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*. 6(September), 1–19.
- Agus Sriyanto. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta Agus Sriyanto*. 5(2), 163–175.
- Ali, K. I. D. H. (2017). *Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang)*. VII(3), 523–541.
- Ciputra, U. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu James*. 5(April).
- Daniaty, M. S. A. dan F. (2017). *Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat*. XXII(01), 124–131.
- Darsono, N. E. H. 2020. (n.d.). *Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Mulia Makmur Lestari*. 8(3), 44–53.
- Daud, Z. U. (2018). *Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Dea Murty, I. K. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citramerek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minumdalamkemasan Merek Pelangi Kemasan 600ml Di Semarang*. 4, 1–11.
- Hermawan, Y. S. S. (2018). *Persepsi Pemilik Dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Atas Penyusunan Laporan Keuangan*. 3(2).
- Iis Noviyanti. (2019). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Story-I Mall Alam Sutera*. 3(2), 230–243.
- Ika Lis Mariatun, M. P. (2017). *Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra Kl Kecamatan Socah Tahun 2016*. 1(1), 31–45.

- Imam Heryanto. (2015). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*. 9(2), 80–101.
- Johanes, D. C. Y. S. V. A. S. V. L. T. (2020). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p20>
- Muhammad Ridwan, Sintia Desi, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Collection Furniture Di Pondok Bambu*. *Muhammad*. 3(2), 245–263.
- Nanang Susanto, S. dan H. (2006). *Pengaruh Harga, Produk, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk Hp Di Kota Semarang*.
- Nawari. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amanda Brownies Cabang Sidoarjo*. *Nawari*. 2(2), 168–182.
- Pratiwi, A. (2019). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret*. 2(2), 150–159. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Bab Ii Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis 2.1. 2–3*.
- Rizka Triziana Viesti, desy. (2017). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Mom Milk Manahan Solo*.
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2021). *Pengaruh Interior Display Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Butterfly*. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 39–46. <https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/426>
- Sumarni Saota, Progresif Buulolo, S. H. F. (2021). *Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di ud. Trialvela Kecamatan Fanayama kabupaten nias selatan*. 4.
- Suyatmi, A. S. (2017). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan PT. Widodo Makmur Perkasa*. 109–121.

Vittorio Tanjaya dan Willy Wijaya. (2019). *Pengaruh Saluran Distribusi Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bilah Baja Makmur Abadi*. 5, 145–152.