

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Di Toko Bluder Cokro Jl. Hayam Wuruk Madiun)**

Elly Yuniar Nitawati

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Artha Boedi Iswara

Email: elly.yuniar@rocketmail.com

Abstract : *The research problem can be identified, namely whether Product Quality, Price and Distribution Channels simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions. Does the variable Product Quality, Price and Distribution Channels partially have a significant effect on Purchasing Decisions. Which variable between Product Quality, Price and Distribution Channels has dominant influence on Purchasing Decisions. Based on the background and formulation of the problem above, it can be explained that this study aims to analyze and prove the effect of the variable Product Quality, Price and Distribution Channels simultaneously has a significant influence on Purchasing Decisions. Analyzing and proving the influence of Product Quality, Price and Distribution Channels partially has a significant influence on Purchasing Decisions. Analyze which variables have the dominant influence on Purchasing Decisions. Based on the test results show the t-value of the product quality variable (X1), is greater than the value of t-table ($5.627 > 1.984$) and the significance value (sig) is smaller than the required α ($0.000 < 0.05$). These results indicate that the product quality variable has a positive and significant influence on purchasing decisions at Bluder Cokro Madiun. The t-value of the Price variable (X2) is greater than the value of t-table ($3.015 > 1.984$) and the significance value (sig) is smaller than the required α ($0.003 < 0.05$). These results indicate that the price variable has a positive and significant influence on purchasing decisions at Bluder Cokro Madiun. The t-value of the distribution channel variable (X3) is greater than the t-table value ($2.360 > 1.984$) and the significance value (sig) is smaller than the required α ($0.020 < 0.05$). These results indicate that the distribution channel variable has a positive and significant influence on purchasing decisions at Bluder Cokro Madiun. the results of the simultaneous test analysis of the three independent variables namely Product Quality (X1), Price (X2), and Distribution Channels (X3) significantly influence the Cokro Bluder Purchasing Decision. as evidenced by the calculated F-value $111.689 > F$ table 2.72, with a significance level of less than 0.05. The existence of the three independent variables is strengthened by the contribution of the independent variable with the dependent variable that has an adjusted R square value of 0, 770 or 77.0%. This 77% figure states that the three independent variables are able to show a significant contribution in determining the dependent variable (purchasing decision).*

Keywords: *Purchase Decision, Bluder Cokro Madiun, Consumer*

Abstrak : Permasalahan penelitian dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu apakah Variabel Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Apakah variabel Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel mana diantara Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka dapat dijabarkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menganalisis dan membuktikan pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menganalisis variabel mana yang memberikan pengaruh yang dominan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai t-hitung variabel kualitas produk (X_1), lebih besar dari nilai t-tabel ($5.627 > 1.984$) dan nilai

signifikansinya (sig) lebih kecil dari α yang disyaratkan ($0.000 < 0.05$). hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Nilai t-hitung variabel Harga (X_2), lebih besar dari nilai t-tabel ($3.015 > 1.984$) dan nilai significansinya (sig) lebih kecil dari α yang disyaratkan ($0.003 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Nilai t-hitung variabel saluran distribusi (X_3), lebih besar dari nilai t-tabel ($2.360 > 1.984$) dan nilai significansinya (sig) lebih kecil dari α yang disyaratkan ($0.020 < 0.05$). hasil ini menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. hasil analisis pengujian secara simultan dari ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bluder Cokro. yang dibuktikan dengan nilai $F_{\text{hitung}} 111,689 > F_{\text{tabel}} 2,72$, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Keberadaan dari ketiga variabel bebas tersebut dikuatkan dengan kontribusi atas variabel bebas dengan variabel terikat yang mempunyai nilai *adjusted R square* 0,770 atau 77,0 %. Angka 77 % ini menyatakan bahwa ketiga variabel bebas ini mampu menunjukkan adanya kontribusi yang cukup besar dalam menentukan variabel terikat (keputusan pembelian).

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Bluder Cokro Madiun, Konsumen

PENDAHULUAN

Di Indonesia usaha bidang kuliner sangat diminati dan berkembang cukup pesat. Menurut Priyono (2010), usaha kuliner merupakan usaha yang cukup menjanjikan karena usaha mendirikan usaha ini tidak memerlukan banyak modal dan pangsa pasarnya sangat besar. Hal tersebut mendorong banyak orang untuk memenuhi bisnis bidang kuliner. Peluang usaha dibidang kuliner khususnya roti belakangan ini cukup diminati dan berkembang. Perkembangan usaha roti sangat cepat dan semakin banyak variasi. Roti sudah menjadi bagian dari gaya hidup sebagian besar masyarakat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko roti dan industri dengan skala besar, menengah serta kecil yang dibuka. Banyaknya usaha sejenis yang dibuka membuat persaingan semakin ketat. Persaingan yang ketat juga terjadi di Madiun. Persaingan bertambah ketat dengan adanya beberapa toko roti yang baru dibuka. Di kota Madiun ada roti yang terkenal yaitu roti Bluder Cokro Madiun. Beberapa toko roti yang sudah lama berdiri serta beberapa toko roti yang baru saja dibuka menawarkan roti

Bluder digunakan untuk menarik konsumen baru. Perusahaan roti Bluder Cokro Madiun dirintis pada tahun Pada awal dirintis perusahaan roti Bluder Cokro mengalami permasalahan dalam memasarkan produknya. Saat itu permasalahan yang dihadapi perusahaan roti Bluder Cokro adalah belum banyak orang yang mengetahui roti Bluder Cokro karena belum banyak orang yang mengetahui nama dan rasa dari roti Bluder Cokro.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti produk, harga, promosi dan distribusi atau yang di kenal dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah proses penggabungan dalam strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan yang terstandarisasi dengan produk, harga yang rendah, promosi dan saluran distribusi (Kotler dan Keller, 2007). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu aspek strategi dalam pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan bentuk rangsangan perusahaan terhadap perilaku pembelian dari konsumen. Proses pengambilan keputusan

pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh cirri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Perusahaan harus bisa memasarkan produk atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Kotler & Amstrong (2007) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan akan menimbulkan suatu kesadaran akan merek produk tersebut. Kualitas produk erat hubungannya dengan harga jual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Basu Swasta (2010:147), harga merupakan sejumlah uang ditambah beberapa barang beserta pelayanannya. Harga (*Price*) mengacu pada strategi penetapan harga untuk sebuah barang maupun jasa. Perusahaan harus mengidentifikasi berapa banyak biaya untuk produksi, keuntungan perusahaan, dan biaya lainnya. Hal ini akan berpengaruh dalam pembelian, seperti pada lapisan mana sebuah produk ditujukan, dan seberapa besar pelanggan siap membayar. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak.

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Selain kualitas produk dan harga, saluran distribusi yang memadai akan juga akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian produk. Menurut Basu Swastha (2012:174) saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang – barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke pemakai. Bila tidak ada saluran distribusi maka barang – barang yang dibutuhkan konsumen tidak akan ada di pasaran, sebaliknya jika produk tersedia dengan mudah dan dapat dijangkau oleh pembeli dalam waktu yang cepat, maka pembeli atau konsumen akan segera mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Penelitian ini mengamati pelanggan Bluder Cokro bukan dari promosi yang ada.

PENELITIAN TERDAHULU

Untuk mengadakan penelitian, tidak terlepas dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan tujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, selain itu juga bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti selama melakukan penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Nanang Susanto (2013)	Pengaruh Harga, Produk, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk Hp Di Kota Semarang	Hasil penelitian menunjukkan produk, harga promosi dan saluran distribusi berpengaruh terhadap perilaku konsumen baik secara parsial dan secara simultan.
2.	Lara Juwita (2013)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian speedy di PT. Telkom padang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3.	Setiawan, Doni (2017)	<i>Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie CV Mentari Kudus</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 2 didapatkan ada pengaruh antara saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 3 didapatkan bahwa ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian.
4.	Rinta Hikma Santika (2016)	Pengaruh Faktor Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Di Kota Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Faktor produk, harga, promosi, dan distribusi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian bakpia di kota Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai Fhitung sebesar 40,36. (2) Faktor promosi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian bakpia di kota Yogyakarta. Hal ini didasarkan dari hasil uji thitung > ttabel yaitu 9,461 > 2,47.

METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian produk Bluder Cokro di Kota Madiun yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, seperti data mengenai jumlah biaya perjalanan, biaya waktu, pendapatan individu dan jumlah kunjungan individu. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Definisi

operasional dimaksudkan untuk menjabarkan variabel-variabel yang timbul dalam suatu penelitian ke dalam indikator-indikator yang lebih terperinci pada tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Produk (X ₁)	Kotler dan Keller, (2012:142) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan	Menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran (2012:8-10) kualitas produk memiliki indikator-indikator sebagai berikut: 1. Bentuk (form)

	dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya.	2. Fitur (<i>feature</i>) 3. Penyesuaian (<i>Customization</i>) 4. Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>) 5. Kualitas Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>) 6. Ketahanan (<i>Durability</i>) 7. Keandalan (<i>Reliability</i>) 8. Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>) 9. Gaya (<i>Style</i>) 10. Desain (<i>Design</i>)
Harga (X_2)	Menurut Philip Kotler (2012:132): Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu.	Menurut Kotler dan Armstrong (2014 : 314) menjelaskan ada empat indikator yang mencirikan harga, adalah: 1. Keterjangkauan harga. 2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.
Saluran Distribusi (X_3)	Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen	Adapun indikator-indikator distribusi

	untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen.	menurut Philip Kotler (2009) adalah 1. Saluran pemasaran 2. Cakupan Pemasaran / Jumlah Gerai 3. Lokasi / Mudah dijangkau 4. Persediaan / Kelengkapan Produk 5. Transportasi
Keputusan Pembelian (Y)	(Kotler dan Armstrong. 2004:215) mengemukakan bahwa: "keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk"	Terdapat indikator dari proses keputusan pembelian, yaitu : 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek 3. Kemantapan pada sebuah produk 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 5. Melakukan pembelian ulang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keputusan

pembelian terhadap kualitas produk, harga dan saluran distribusi. Penelitian ini diambil dengan jumlah responden 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke konsumen yang datang di bluder cokro Madiun, yang berjumlah lebih dari 100 orang untuk mengantisipasi apabila ada data yang rusak (tidak lengkap). Pembagian kuesioner di mulai saat konsumen sudah selesai order kemudian kuesioner diambil setelah konsumen meninggalkan tempat, sehingga konsumen dapat mengisi angket setelah melakukan pembelian. Dalam penelitian ini, penyajian data mengenai identitas responden sangat penting. Hal ini ditujukan untuk menggambarkan data diri responden dan data konsumen yang datang ke Bluder Cokro Madiun. Identitas responden penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan responden. Berikut ini akan dibahas mengenai data kondisi responden :

Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Pada hasil penelitian ini dapat diperoleh perbandingan karakteristik responden jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang disajikan pada tabel 3.

Tabel 3.Deskripsi responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	32	32%
2	Perempuan	68	68%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung yang datang ke Bluder Cokro adalah konsumen berjenis kelamin perempuan. Responden konsumen perempuan sebanyak 68 orang atau 68%, sedangkan responden konsumen laki-laki berjumlah

32 orang atau 32%. Dari data tersebut dapat diperoleh data bahwa konsumen di Bluder Cokro didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih konsumtif dan tertarik untuk mencoba kuliner dibanding laki-laki.

Deskripsi Responden berdasarkan Usia

Pengunjung yang datang ke Bluder Cokro setiap hari jumlahnya banyak dan bervariasi, maka dapat memungkinkan usia konsumen juga bervariasi. Disisi lain, usia konsumen dapat mempengaruhi tindakan atau keputusan konsumen dalam memilih dan memakai suatu produk atau pelayanan. Pada hasil penelitian ini dapat diketahui rentang usia responden yang disajikan pada tabel 4.

Tabel 4.Deskripsi responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	<20 tahun	2	2%
2	21-30 tahun	28	27%
3	31-39 tahun	37	34%
4	>40 tahun	33	37%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa responden terbanyak Bluder Cokro berusia 31-39 tahun sebanyak 37 orang atau sebesar 37%, kemudian diikuti usia >40 tahun sebanyak 33 orang atau sebesar 33%, usia 21-30 tahun sebanyak 28 orang atau sebesar 28% dan yang paling sedikit berusia <20 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berusia 31-39 tahun.

Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pada hasil penelitian ini dapat diperoleh data mengenai pekerjaan responden yang disajikan dalam tabel 5.

Tabel 5. Deskripsi responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/ Mahasiswa	5	5%
2	PNS	22	22%
3	Pegawai Swasta	31	31%
4	Wiraswasta	39	39%
5	Lain-lain	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa konsumen Bluder Cokro terbanyak adalah Wiraswasta sebanyak 39 orang atau sebesar 39%. Untuk responden dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 31 orang atau sebesar 31%, responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 22 orang atau sebesar 22%, responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 5 orang atau sebanyak 5%, dan yang paling sedikit responden dengan pekerjaan sebagai lain-lain sebanyak 3 orang atau sebesar 3%. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah wiraswasta. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Bluder Cokro berasal dari kalangan pekerja wiraswasta.

Hasil Pengujian Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas berkaitan dengan permasalahan, apakah instrumen yang dimaksudkan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang dapat diukur. Hasil dari uji validitas yang diperoleh dari pengolahan statistik, dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dan bantuan program SPSS

versi 16.0 untuk indikator atau butir-butir pertanyaan yang mengukur variabel bebas terhadap variabel terikat, maka terlebih dahulu diuji validitas dilakukan terhadap 53 responden. Dengan hasil perhitungan korelasi *product moment*, semua nilai korelasi atau r_{hitung} untuk masing-masing butir pertanyaan variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, Saluran Distribusi dan Variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Uji tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. Pada kasus ini besarnya df , yaitu $100 - 4$ atau $df = 96$ dengan $\alpha 0,05$ didapat $r_{tabel} 0.1986$. Hasil dianggap valid apabila memiliki nilai *pearson correlation* dari total masing-masing variabel lebih besar atau sama dengan 0,25 dan signifikansi pada level dibawah 5%. Hasil dari pengujian validitas data disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Kes.
Kualitas Produk (X_1)	X _{1.1}	0.791	0.198	Valid
	X _{1.2}	0.783	0.198	Valid
	X _{1.3}	0.691	0.198	Valid
	X _{1.4}	0.757	0.198	Valid
	X _{1.5}	0.767	0.198	Valid
	X _{1.6}	0.653	0.198	Valid
	X _{1.7}	0.752	0.198	Valid
	X _{1.8}	0.548	0.198	Valid
	X _{1.9}	0.740	0.198	Valid
	X _{1.10}	0.669	0.198	Valid
Harga (X_2)	X _{2.1}	0.868	0.198	Valid
	X _{2.2}	0.902	0.198	Valid
	X _{2.3}	0.748	0.198	Valid
	X _{3.4}	0.728	0.198	Valid
Saluran Distribusi (X_3)	X _{3.1}	0.776	0.198	Valid
	X _{3.2}	0.770	0.198	Valid
	X _{3.3}	0.757	0.198	Valid
	X _{3.4}	0.697	0.198	Valid
	X _{3.5}	0.741	0.198	Valid
Keputusan	Y _{1.1}	0.787	0.198	Valid
	Y _{1.2}	0.826	0.198	Valid

Pembelian n (Y)	Y _{1.3}	0.712	0.198	Valid
	Y _{1.4}	0.622	0.198	Valid
	Y _{1.5}	0.638	0.198	Valid

Sumber : *Output SPSS*, Lampiran IV

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa masing-masing total item pernyataan kuesioner memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.198) dan r_{hitung} bernilai positif. Nilai signifikansi dari keempat variabel dalam penelitian ini menunjukkan angka 0,000 sehingga dengan jelas dari seluruh item pembentuk variabel dependen dan independen dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Berdasarkan uji reliabilitas data dengan program SPSS 17.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha hitung	Ket.
Kualitas Produk (X ₁)	10	0,894	reliabel
Harga (X ₂)	4	0,829	reliabel
Saluran Distribusi (X ₃)	5	0,803	reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,763	reliabel

Sumber: *Output SPSS*, Lampiran V

Ringkasan uji reliabilitas pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Kualitas Produk (X₁) sebesar 0,894, Harga (X₂) sebesar 0,829, Saluran Distribusi (X₃) sebesar 0,803, dan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,763. Sehingga nilai *cronbach alpha* hitung lebih besar dari 0,60 dengan demikian

dapat dinyatakan bahwa instrumen masing-masing variabel adalah reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 17.00 for windows diperoleh persamaan regresi linier berganda pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,769	1,134		,678	,500
Kualitas Produk (X ₁)	,234	,042	,467	5,627	,000
Harga (X ₂)	,324	,107	,285	3,015	,003
Saluran Distribusi (X ₃)	,213	,090	,197	2,360	,020

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : *Output SPSS*, Lampiran VI

Persamaan regresi yang terbentuk dari pengaruh variabel Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂), dan Saluran Distribusi (X₃), terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0.769 + 0.234X_1 + 0.324X_2 + 0.213X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai koefisien regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- α = konstanta = 0.769 berarah positif artinya jika semua variabel bebas Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂), dan Saluran Distribusi (X₃)

dianggap nol, maka Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0.769 satuan.

- b. Nilai β_1 = Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0.234 artinya, jika nilai X_1 (kualitas produk) meningkat sebesar 1 satuan akan meningkat sebesar 0.234 satuan, dengan anggapan bahwa X_2 dan X_3 tetap.
- c. Nilai β_2 = Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0.324 artinya, jika nilai X_2 (harga) meningkat sebesar 1 satuan maka nilai Y (keputusan pembelian) akan meningkat sebesar 0.324 satuan, dengan anggapan bahwa X_1 dan X_3 tetap.
- d. Nilai β_3 = Koefisien regresi variabel Saluran Distribusi (X_3) sebesar 0.213 artinya, jika nilai X_1 (kualitas produk) meningkat sebesar 1 satuan maka nilai Y (keputusan pembelian) akan meningkat sebesar 0.213 satuan, dengan anggapan bahwa X_1 dan X_2 tetap.

Pengujian Hipotesis

Uji F atau Pengujian Secara Simultan

Untuk mengetahui keeratan pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan dengan melihat apakah nilai koefisien yang diperoleh berbeda secara signifikan atau tidak dengan menggunakan uji F dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat keyakinan 5% ($\alpha=0,05$). Tabel 9 menunjukkan nilai F_{hitung} dari kedua analisis regresi berganda dalam penelitian ini, yang diambilkan dari tabel Anova masing-masing analisis regresi.

Tabel 9. Hasil Uji F – Simultan ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	459,312	3	153,104	111,689	,000 ^a
Residual	131,598	96	1,371		
Total	590,910	99			

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi (X_3), Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Output SPSS, Lampiran VII

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

H_0 : kualitas produk, harga, saluran distribusi secara serempak tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a : kualitas produk, harga, saluran distribusi secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (0,05). Signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian.

c. Menentukan F_{hitung}

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 111,689.

d. Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 95%, $\alpha = 5\%$, $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$, $df_2 = 100 - 4 = 96$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel), hasil diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,72.

e. Menentukan nilai signifikansi

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai Sig sebesar 0,000.

f. Kriteria pengujian

Dalam penelitian ini menggunakan dua kriteria pengujian, yaitu :

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$
 H_0 diterima apabila nilai signifikansi $> 0,05$
 H_0 ditolak apabila nilai signifikansi $< 0,05$

Berdasarkan tabel 9 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 111,689 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} 2,72 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk, harga, saluran distribusi secara simultan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji t atau Pengujian Secara Parsial

Pengujian menggunakan nilai t digunakan untuk mengetahui secara parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hal yang perlu dilihat dari hasil regresinya yaitu nilai *Coefficient Sig.* yang akan diterima jika lebih besar dari alpha sebesar 5%. Kriteria pengujian uji t ini adalah H_a diterima atau H_0 ditolak jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah signifikan dan H_0 diterima atau ditolak jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah tidak signifikan.

Menentukan t_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, $df = n - k$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel), yaitu : $t_{tabel} = t_{\alpha/2, df}$ ($n - k$) = $t_{0,05/2; df}$ ($100 - 4$) = $t_{0,025; df}$ (96), hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,984. Berikut ini uji t pada table 10.

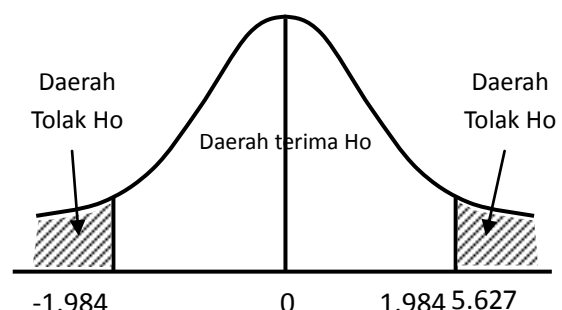
Tabel 10. Hasil Pengujian Koefisien Regresi

Independent Variable	Koef. Regresi	t_{hitung}	Sig	Keputusan
Kualitas Produk (X_1)	.234	5.627	.000	Tolak H_0
Harga (X_2)	.324	3.015	.003	Tolak H_0
Saluran Distribusi (X_3)	.213	2.360	.020	Tolak H_0

Sumber: *Output SPSS*, Lampiran VII
 Dari uji t masing-masing variabel bebas Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3) didapatkan hasil sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penghitungan tabel 9 variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.627 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} sebesar 1.984 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima. Artinya secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro, diterima atau terbukti kebenarannya, dan arahnya positif. Ada pun gambar daerah penerimaan hipotesis penelitian pada Gambar 1.

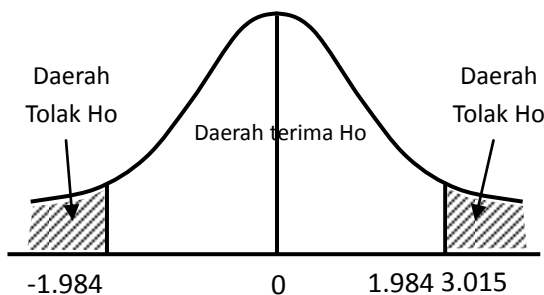


Gambar 1. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Kualitas Produk (X_1)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berdampak secara nyata atau kuat terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti apabila kualitas produk dijaga dalam tingkat tinggi dapat semakin meningkatkan keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian

Berdasarkan penghitungan tabel 9 variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.015 dengan nilai Sig sebesar 0,003. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} sebesar 1.984 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima. Artinya secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro, diterima atau terbukti kebenarannya, dan arahnya positif. Ada pun gambar daerah penerimaan hipotesis penelitian sebagai berikut :

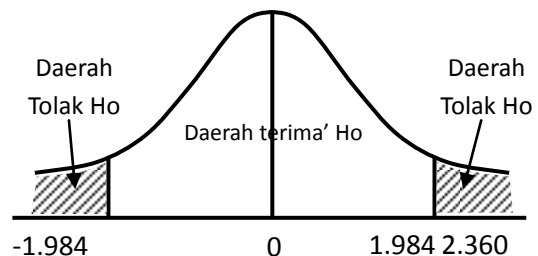


Gambar 2. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Harga (X_2)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berdampak secara nyata atau kuat terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti apabila harga dijaga dalam tingkat tinggi dapat semakin meningkatkan keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun.

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penghitungan tabel 9 variabel saluran distribusi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.360 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} sebesar 1.984 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima. Artinya secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro, diterima atau terbukti kebenarannya, dan arahnya positif. Ada pun gambar daerah penerimaan hipotesis penelitian sebagai berikut :



Gambar 3. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Saluran Distribusi (X_3)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi berdampak secara nyata atau kuat terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti apabila saluran distribusi dijaga dalam tingkat tinggi dapat semakin meningkatkan keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun.

Pengujian Hipotesis Ketiga (Uji Beta)

Pada penelitian ini menggunakan uji Beta. Analisis ini digunakan untuk mengukur dan mengetahui keeratan atau signifikansi hubungan antara variabel antara variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan saluran distribusi (X_3) yang mempunyai pengaruh paling erat (dominan) terhadap keputusan pembelian (Y). Hal itu dapat dilihat dari

nilai *standardized coefficient beta* yang memiliki nilai paling besar diantara variabel independen yang ada.

Tabel 11 .Hasil Pengujian Koefisien Dominan

<i>Independent Variable</i>	<i>Standardized Coefficient Beta</i>	Kesimpulan
Kualitas Produk (X_1)	.467	Dominan 1
Harga (X_2)	.285	Dominan 2
Saluran Distribusi (X_3)	.197	Dominan 3

Sumber: *Output SPSS*, Lampiran VII

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) memiliki nilai *standardized coefficient beta* paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar 0,467, sehingga variabel kualitas produk adalah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu hipotesis ketiga memang terbukti kebenarannya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel terikat. Pengujian atas kecocokan antar variabel dependen dan independen serta pengaruh yang terjadi pada variabel dalam penelitian ataupun pengaruh dari variabel lain diluar penelitian dapat diuji menggunakan *Model Summary*. Hasil pengolahan data pengujian dengan menggunakan model summary ditunjukkan pada tabel 12.

Tabel 12. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.777	.770	1,17082

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Output SPSS, Lampiran VI

Dari tabel *model summary* di atas dapat diketahui bahwa nilai R adalah 0,882, sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,770. Oleh karena uji koefisien determinasi berganda ini diperoleh dari perhitungan regresi linear berganda, maka koefisien determinasi sebesar 0,770 atau *Adjusted R Square* x 100% sebesar 77,0%. Kebermaknaan dari nilai tersebut memiliki implikasi bahwa variabel kualitas produk, harga, dan saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bluder Cokro di Madiun sebesar 77,0%, dan sisanya 23,0% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model yang dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis pengujian secara parsial juga membuktikan bahwa dari masing-masing variabel bebas yaitu variabel kualitas produk, harga, saluran distribusi menyatakan hasil uji t masing-masing ditunjukkan dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas produk, harga, saluran distribusi mempunyai peran yang sangat penting sekali untuk meningkatkan keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun.

Pengaruh secara parsial Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t-hitung variabel kualitas produk (X_1), lebih besar dari nilai t-tabel ($5.627 > 1.984$) dan nilai signifikansinya (sig) lebih kecil dari α yang disyaratkan ($0.000 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas

produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak, H_0 diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dalam hal ini didukung pula oleh nilai *probability* sebesar $0.000 < \alpha$ 0.05 . Menurut Gitosudarmo (2008:155) Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai kesesuaian produk dengan harapan konsumen atas biaya yang harus ditanggung oleh konsumen apabila membeli barang tersebut atau harga barang tersebut. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nanang Susanto (2013) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk Hp Di Kota Semarang”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh secara parsial Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t-hitung variabel Harga (X_2), lebih besar dari nilai t-tabel ($3.015 > 1.984$) dan nilai signifikansinya (sig) lebih kecil dari α yang disyaratkan ($0.003 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak, H_0 diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga dengan keputusan pembelian. Dalam hal ini didukung pula oleh nilai *probability* sebesar $0.003 < \alpha$ 0.05 . Harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Menurut Kotler dan

Amstrong (2014 : 314) menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik harga yang diberikan Bluder Cokro Madiun, maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian pada konsumen. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lara Juwita (2013) melakukan penelitian tentang “Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian speedy di PT. Telkom padang”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian speedy.

Pengaruh secara parsial Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t-hitung variabel saluran distribusi (X_3), lebih besar dari nilai t-tabel ($2.360 > 1.984$) dan nilai signifikansinya (sig) lebih kecil dari α yang disyaratkan ($0.020 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak, H_0 diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh saluran distribusi dengan keputusan pembelian. Dalam hal ini didukung pula oleh nilai *probability* sebesar $0.020 < \alpha$ 0.05 . Philip Kotler (2007:122) “Saluran Distribusi adalah organisasi – organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Kedudukan saluran distribusi di dalam saluran pemasaran bahwa saluran distribusi merupakan bagian dari saluran pemasaran yang berfungsi dalam membantu produsen menyalurkan hasil produksinya untuk

bisa ke tangan konsumen. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rinta Hikma Santika (2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Di Kota Yogyakarta”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh secara Simultan Kualitas Produk, Harga, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa hasil analisis pengujian secara simultan dari ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bluder Cokro. yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 111,689 > F_{tabel} 2,72$, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Keberadaan dari ketiga variabel bebas tersebut dikuatkan dengan kontribusi atas variabel bebas dengan variabel terikat yang mempunyai nilai *adjusted R square* 0,770 atau 77,0 %. Angka 23 % ini menyatakan bahwa ketiga variabel bebas ini mampu menunjukkan adanya kontribusi yang cukup besar dalam menentukan variabel terikat (keputusan pembelian). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan Doni (2017) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie CV Mentari Kudus”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk, saluran distribusi, harga terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Saluran Distribusi terhadap

Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan yaitu terbukti bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Artinya semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan berakibat pada semakin tinggi keputusan pembelian.

Terbukti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Artinya semakin tinggi atau baik persepsi tentang harga yang ditawarkan berakibat pada semakin tinggi keputusan pembelian.

Terbukti bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Artinya semakin tinggi saluran distribusi yang dilakukan berakibat pada semakin tinggi keputusan pembelian. Terbukti bahwa kualitas produk, harga dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bluder Coro Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

Indriyo Gitosudarmo.2008.*Manajemen Pemasaran*.edisi pertama.cetakan keempat. Penerbit Yogyakarta : BPFE

Basu, Swastha.2010.*Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*.Yogyakarta : BPFE

Basu, Swastha. 2012. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3.Yogyakarta : BPFE

Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip dan Keller.2007.*Manajemen Pemasaran*.Jilid I.Edisi Kedua belas, Jakarta : PT. Indeks

Kotler, Philip dkk. 2012. **Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku dua, edisi pertama**. Yogyakarta : Andy

Lara Juwita. 2013. **Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian speedy di PT. Telkom padang**. Penelitian tidak dipublikasikan

Nanang Susanto. 2013. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk Hp Di Kota Semarang**. Penelitian tidak dipublikasikan
Rinta Hikma Santika. 2016. **Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian**

Bakpia Di Kota Yogyakarta. Penelitian tidak dipublikasikan

Setiawan Doni. 2017. **Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie CV Mentari Kudus**. Penelitian tidak dipublikasikan

Priyono. 2010. **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Surabaya: Zifatama Publisher