

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DISTRIBUSI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK TEMPE PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA TIGA SAUDARA DI KABUPATEN TEBO

Delila Fitri Harahab
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muara Bungo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan distribusi produk terhadap keputusan pembelian keripik tempe pada industri rumah tangga tiga saudara yang menjadi Objek pada penelitian ini adalah minat beli masyarakat, Populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui oleh sebab itu penelitian ini menggunakan penentuan sampel *representativ* atau perwakilan dan metode yang digunakan yaitu *acciden sampling* (secara acak) sedangkan sampel menggunakan rumus Hair dan berjumlah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan Regresi Linier Berganda, untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan menggunakan uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda $Y = 10,969 + 1,145 X_1 + -0,17 X_2 + e$. Uji t kualitas produk (X_1) memiliki nilai t-hitung = 22.039. lebih besar daripada nilai t-tabel = 1.984 sedangkan distribusi produk (X_2) memiliki nilai t-hitung = -148 lebih kecil daripada nilai t-tabel = 1.984 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial sedangkan distribusi produk tidak berpengaruh secara parsial. Hasil uji F diketahui nilai F-hitung = 24.5100 lebih besar daripada nilai F-tabel = 3.09 sehingga disimpulkan kualitas produk dan distribusi produk berpengaruh secara simultan. Koefisien determinan menunjukkan kontribusi sebesar 83.1%. terhadap keputusan pembelian kripik tempe pada industri rumah tangga tiga saudara dan 16.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya di luar model regresi linier berganda pada penelitian ini.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Distribusi Produk, Keputusan Pembelian.*

Abstract

This research aims to determine the quality of products and distribution of products to the decision of purchasing Tempe chips in the household industry three brothers who became the object on this research is the interest in buying society, population in this research It could not be known therefore that this research uses a Representativ sample determination or representation and the method used is Acciden sampling (randomly) while the sample uses a

Hair formula and amounts to 100 respondents. Data analysis methods used double linear regression, to determine the partial and simultaneous effect of using Test T and Test F.

Based on multiple linear regression results $Y = 10.969 + 1.145 X1 + -0.17 X2 + E$. The Product quality test ($X1$) has a T-count value of $= 22,039$. Greater than the t-table value $= 1,984$ whereas the product distribution ($X2$) has a T-count value of $= -148$ smaller than the T-table value $= 1,984$ so that it can be concluded that the product quality is partially influential while the product distribution is not Partial effect. Test results F-Calculated value F-count $= 24.5100$ is greater than the value F-table $= 3.09$ so that the product quality is deduced and the distribution of the influential products simultaneously. The coefficient of determinant shows a contribution of 83.1%. Of the buying decision of the Tempe chips in the three-brother household industry and 16.9% were influenced by other factors beyond the double linear regression model of this study.

Keywords: *product quality, product distribution, purchase decision.*

1.1 Latar Belakang

Manajemen yang baik dalam pemasaran merupakan pondasi perusahaan yang ditujukan untuk dapat mengantisipasi berbagai perubahan lingkungan yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu pendirian perusahaan baik jenis perusahaan, industri rumahan, perdagangan dan jasa tentu mempunyai tujuan untuk memperoleh tingkatan penjualan yang semaksimal mungkin (Nurcholis, 2012). Salah satu tugas utama dan tanggung jawab yang berkecimpung di bidang manajemen pemasaran adalah harus memikirkan ekspansi penjualan produk. Produk yang dibuat adalah produk yang dibutuhkan oleh konsumen karena itu bagian pemasaran seolah-olah bertugas sebagai ujung tombak perusahaan harus selalu jeli dalam mengamati kebutuhan konsumen.

Kualitas Produk suatu barang tergantung oleh produsen dan cara pendistribusianya karena jika produsennya baik tetapi distribusinya buruk maka kualitas produk akan menjadi buruk sehingga konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian produk tersebut dan sebaliknya juga demikian apabila produsennya buruk tetapi distribusinya baik maka kualitas produk tetap buruk sehingga konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian akan tetapi jika produsen yang baik dan di ikuti oleh distribusi yang baik pula maka kualitas dari suatu barang tersebut akan menjadi sangat baik sehingga konsumen dengan cepat melakukan keputusan pembelian oleh sebab itu produksi dan distribusi sangat erat kaitanya dengan keputusan pembelian hal ini sesuai dengan pendapat yang di kemukakan oleh Bhand, 2009.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif konsumen memutuskan membeli suatu barang karenan yakin akan kualitas barang yang akan di belinya jika setelahnya konsumen merasa manfaat barang yang di beli lebih besar daripada biaya yang di keuarkan maka konsumen akan membeli kembali barang tersebut dan sebaliknya jika konsumen merasa rugi maka konsumen tidak akan membeli kembali. Sumarwan dan Ujang, (2011).

Begitu pula dapat terjadi pada industri rumahan Keripik Tempe Tiga Saudara terletak di Desa Sumber Agung Kecamatan Rimbo Ilir wilayah pemasarannya produksi keripik tempe ini hanya diwilayah Kabupaten Tebo dan daerah-daerah sekitarnya adapun gambaran penjualan keripik tempe industri rumahan Tiga Saudara dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1
Penjualan Keripik Tempe Tiga Saudara dan Keripik Tempe Merek X
Tahun 2016-2018

Tahun	Keripik Tempe Tiga Saudara	Merek X	Harga/Bks/Thn
2016	Rp 69.000	Rp 54.000	Rp 3.000
2017	Rp 71.000	Rp 57.000	Rp 3.000
2018	Rp 71.000	Rp 56.000	Rp3.000
Jumlah	Rp 211.000	Rp 167.000	

Sumber: Industri Rumahan Tiga Saudara Kabupaten Tebo tahun 2019.

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat penjualan keripik tempe tiga saudara dari tahun 2016 sampai dengan 2017 terus meningkat tetapi pada tahun 2018 terjadi penurunan penjualan dalam hal ini pihak pengelola harus lebih jeli dalam memilih strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan seperti tahun-tahun sebelumnya agar mencapai target penjualan dikenal dengan sebutan marketingmix karena strategi tersebut digunakan untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk barang maupun jasa yang kita sediakan.

Terkait hal ini pihak pengelola industri keripik tempe tiga saudara sudah melakukan beberapa upaya diantaranya adalah penambahan rempah sebagai bumbu resep keripik agar rasa keripik menjadi lebih enak serta meningkatkan kualitas keripik agar lebih renyah dan tahan lama tetapi hal ini belum mampu mendongkrak penjualan keripik tempe tiga saudara karenan ketatnya persaingan dan dampak ekonomi disekitar penjualan.

Hal ini juga tidak terlepas dari kualitas dan cara pendistribusian keripik tempe karena jika kita lihat dari segi fisik keripik tempe merupakan produk yang rentan rusak jika cara pendistribusianya tidak baik, oleh sebab itu pendistribusian dalam hal ini berpengaruh besar terhadap penjualan karena jika pendistribusian dilakukan dengan baik dan benar maka kalitas produk akan tetap terjaga sampai pada tempat tujuan hal ini tentu akan meningkatkan volume penjualan serta target penjualan akan tercapai demi kelangsungan hidup perusahaan dan pekerjanya.

Landasan Teori

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong, (2011). Kualitas produk adalah kepercayaan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan atau penyedia jasa melainkan berdasar persepsi para pelanggan.

Indikator Kualitas Produk

Dalam penelitian ini akan digunakan empat indikator yaitu (Kotler dan Amstrong. 2011).

1. Rasanya enak
Rasa produk yang enak sedah tentu diminati banyak orang karena setiap produk memiliki rasa yang berbeda
2. Fiturnya menarik
Selain rasa yang enak jika fiturnya menarik maka pembeli tidak akan bosan dengan fitur produk tersebut
3. Daya tahanya lama
Daya tahan produk yang lama merupakan suatu keuntungan bagi produsen dan konsumen karena memiliki masa jual yang lebih lama

Menurut Kotler ,(2011). Saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung dan tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa untuk digunakan atau di konsumsi oleh pengguna bisnis.Pada kenyataanya hal ini dapat kita temukan di seluruh pengguna bisnis baik industri rumahan maupun industri skala besar dimana saluran distribusi merupakan proses penyaluran produk atau jasa yang di salurkan dari produsen ke konsumen maupun produsen ke pedagang untuk dijual kembali dan hal ini juga berlaku pada industri rumahan keripik tempe tiga saudara.

Indikator Distribusi Produk

Menurut Kotler, (2011). indikator distribusi produk dibagi menjadi 2 yaitu :

- 1 Distribusi Langsung
Distribusi langsung merupakan saluran distribusi tanpa perantara biasanya digunakan untuk pengolahan usaha menengah kebawah yang pemasarannya masih mencakup suatu area sehingga konsumen masih bisa menjangkau pada produsennya langsung.
- 2 Distribusi Tidak Langsung
Distribusi tidak langsung merupakan distribusi melalui perantara biasanya digunakan untuk melakukan penjualan ke wilayah yang sudah tidak bisa langsung dijangkau oleh konsumen sehingga produsen menggunakan jasa pihak ketiga untuk melakukan distribusi.

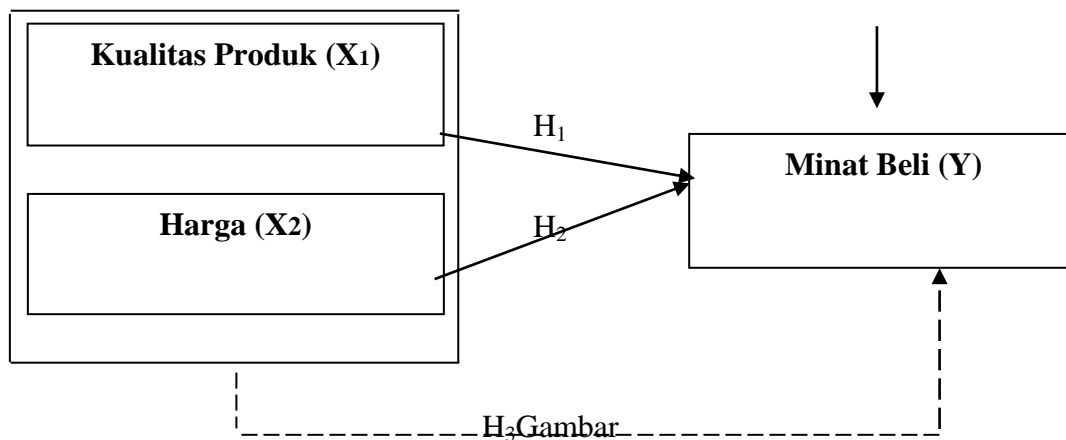
Menurut Kotler dan Armstrong, (2011). keputusan pembelian adalah membeli barang yang paling disukai tetapi berdasarkan dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian di dalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai proses konsumsi. konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya.

Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk suatu barang tergantung oleh produsen dan cara pendistribusianya karena jika produsennya baik tetapi distribusinya buruk maka kualitas produk akan menjadi buruk

sehingga konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian produk tersebut dan sebaliknya juga demikian apabila produsennya buruk tetapi distribusinya baik maka kualitas produk tetap buruk sehingga konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian akan tetapi jika produsen yang baik dan di ikuti oleh distribusi yang baik pula maka kualitas dari suatu barang tersebut akan menjadi sangat baik sehingga konsumen dengan cepat melakukan keputusan pembelian oleh sebab itu produksi dan distribusi sangat erat kaitanya dengan keputusan pembelian hal ini sesuai dengan pendapat yang di kemukakan oleh Bhand, 2009. Kualitas produk tidak dilihat dari produksinya saja tetapi juga distribusianya bila keduanya berjalan dengan baik maka kualitas produk menjadi sangat baik.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS



Kerangka Konseptual

Pengaruh kualitas produk dan distribusi produk terhadap keputusan Pembelian keripik tempe pada industri rumah tangga tiga saudara Kabupaten Tebo

Keterangan

- Secara parsial
- - - - -→ Secara simultan

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2010). Hipotesis dapat benar atau terbukti dan tidak terbukti setelah didukung oleh fakta-fakta dari hasil penelitian lapangan.

- H1 : Kualitas produk dan distribusi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik tempe pada industri rumah tangga tiga saudara Kabupaten Tebo
- H2 : Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik tempe pada industri rumah tangga tiga saudara Kabupaten Tebo
- H3 : Distribusi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik tempe pada industri rumah tangga tiga saudara Kabupaten Tebo

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sumber Agung Kecamatan Rimbo Ilir Kabupaten Tebo sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian keripik tempe tiga saudara Kabupaten Tebo. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan Studi Pustaka dan studi lapangan : Observasi, Wawancara dan Kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah penduduk Kabupaten Tebo yang menurut Badan Pusat Statistik (BPS tahun 2018) sebanyak 224.944 orang tetapi karena tidak dapat diketahui jumlah penduduk yang makan keripik tempe 3 saudara maka populasinya tidak dapat diketahui oleh sebab itu penelitian ini menggunakan penentuan sampel *representativ* atau perwakilan dan metode yang digunakan yaitu *accident sampling*. Menurut Hair, (1995) Jumlah sampel tergantung pada indikator dikali 5 sampai dengan 10 jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

Jumlah indikator :

X^1 = 3 Indikator

X^2 = 2 Indikator

Y = 5 Indikator

Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 10 oleh sebab itu peneliti menggunakan angka maksimal menurut rumus Hair yaitu 10.

Sampel = Jumlah indikator x Angka maksimal

= 10 x 10 = 100 orang responden yang akan dijadikan sebagai sampel.

Sedangkan kriteria penentuan sampel yang layak isi adalah responden (konsumen) yang pernah melakukan pembelian atau makan keripik tempe tiga saudara.

Definisi Operasional Variabel

Tabel
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk (X1)	Menurut Kotler dan Amstrong (2011). Kualitas produk adalah kepercayaan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan atau penyedia jasa melainkan berdasar persepsi para pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasanya enak 2. Fiturnya menarik 3. Daya tahanya lama 	Skala Likert
Distribusi Produk (X2)	Menurut Kotler (2011) Saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa untuk digunakan atau di konsumsi oleh pengguna bisnis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribusi Langsung 2. Distribusi Tidak Langsung 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Amstrong. (2011). keputusan pembelian adalah membeli barang yang paling disukai tetapi berdasarkan dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian di dalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai proses konsumsi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Prilaku pasca membeli 	Skala Likert

Metode Analisis Data

1. Skala Likert

Skala Likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena sosial spesifik), seperti sikap, pendapat dan persepsi sosial seseorang atau

sekelompok orang tentang penelitian ini skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert dengan jumlah poin 1-5.

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Sedang (S)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:

- Skor minimum = 1
- Skor maksimum = 5
- Lebar Skala = $5 - 1 = 4$ ($4 : 5 = 0,8$)

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

**Tabel
Ring Skor**

Kategori	Skor
Sangat Tidak Baik	1,0 – 1,80
Tidak Baik	1,81 – 2,60
Kurang Baik	2,61 – 3,40
Baik	3,41 – 4,20
Sangat Baik	4,21 – 5,00

Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur diyakini dapat digunakan untuk mengukur item pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner. Valid berarti item-item yang digunakan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012). Nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dengan kriteria :

1. jika r hitung $>$ dari r tabel maka skor butir pertanyaan-pernyataan kuesioner dinyatakan valid
2. jika r hitung $<$ dari r tabel maka skor butir pertanyaan/ pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabel dalam hal ini Item pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Selanjutnya Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Pengujian Hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan rumus $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$. uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas secara parsial sedangkan uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan, koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan variabel kualitas produk dan distribusi produk terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini.

Pembahasan

Tabel

Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	33 orang	33%
2	Perempuan	67 orang	67%
Jumlah		100 orang	100 %

Sumber : Data Primer Diolah 2016

Tabel

Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17 - 30 Tahun	28 orang	28 %
2	31 - 40 Tahun	59 orang	59 %
3	41 - 50 Tahun	6 orang	6 %
4	> 50 Tahun	7 orang	7%
Jumlah		100 orang	100 %

Sumber : Data Primer Diolah 2016

Tabel

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X₁)

NO	Pernyataan	Skor	Rata-Rata Indikator	Kategori
Rasanya Enak				
1.	Rasa keripik tempe tiga saudara lebih enak di dibandingkan dengan keripik tempe merek lain	343	3,43	baik
2.	Rasa keripik tempe tiga saudara lebih gurih di dibandingkan dengan keripik tempe merek lain	368	3,68	baik
Rata-Rata Indikator		711	3,55	baik
Fiturnya Menarik				
3.	Bentuk dari kemasan keripik tempe tiga saudara lebih menarik dibanding dengan keripik tempe merek lain	360	3,60	baik
4.	Warna dari kemasan keripik tempe tiga saudara lebih cerah dibanding dengan keripik tempe merek lain	382	3,82	baik
Rata-Rata Indikator		742	3,71	baik

Daya Tahanya Lama				
5.	Barang tahan lama merupakan barang nyata yang biasanya menandakan bahwa kualitas barang tersebut masih bagus.	380	3,80	baik
6	Barang tahan lama merupakan barang nyata yang biasanya menandakan bahwa barang tersebut masih baru	353	3,53	baik
Rata-Rata Indikator		733	3,66	baik
Jumlah		2186	3,64	baik

Sumber : Data Primer Diolah 2016

Tabel
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Skor	Rata-Rata Indikator	Kategori
Pengenalan Masalah				
1	Saya akan mengenali masalah tentang isi keripik tempe sebelum membelinya	357	3,57	baik
2	Saya akan memahami kualitas keripik tempe sebelum membelinya	380	3,80	baik
Rata-Rata Indikator		737	3,68	baik
Pencarian Informasi				
3	Saya akan bertanya kepada rekan saya tentang keripik tempe yang akan saya beli.	370	3,70	baik
4	Saya akan mencari tau tentang keripik tempe yang akan saya beli.	387	3,87	baik
Rata-Rata Indikator		757	3,78	baik
Evaluasi Alternatif				
5	Saya akan mengevaluasi dan mempertimbangkan keripik tempe yang akan saya beli	352	3,52	baik
6	Saya akan mempertimbangkan harga keripik tempe yang akan saya beli	341	3,41	baik
Rata-Rata Indikator		693	3,46	baik
Keputusan Pembelian				
7	Saya akan memutuskan membeli	370	3,70	baik

	keripik tempe yang saya inginkan.			
8	Jika harga keripik tempe yang saya beli sesuai maka saya akan membeli kembali	375	3,75	baik
Rata-Rata Indikator		745	3,72	baik
Prilaku Pasca Membeli				
9	Jika keripik tempe yang saya beli bermanfaat saya akan membeli kembali	367	3,67	baik
10	Jika saya merasa untung dengan keripik tempe yang saya beli saya akan membeli kembali.	360	3,60	baik
Rata-Rata Indikator		727	3,63	baik
Jumlah		3676	3,66	baik

Sumber : Data Primer Diolah 2016

Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun persamaan regresi linier berganda dari hasil analisis data penelitian pada variabel Kualitas Produk (X₁) dan Distribusi Produk (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara sebagai berikut:

Tabel
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,969	2,039		5,380	,000
	kualitas produk	1,145	,052	,914	22,039	,000
	distribusi produk	-,017	,116	-,006	-,148	,882

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Output SPSS 23 2016 diolah.

$$Y = 10,969 + 1,145 X_1 + (-0,17 X_2) + e$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut di atas dapat dianalisis dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) = 10,969. Nilai ini memiliki arti apabila Kualitas Produk (X₁) dan Distribusi Produk (X₂) di industri rumah tangga Tiga Saudara diasumsikan konstan atau nol, maka Keputusan Pembelian (Y) di industri rumah tangga Tiga Saudara akan meningkat sebesar 10,969 satuan.

2. Persamaan regresi linier berganda tersebut memiliki nilai koefisien regresi (b) untuk variabel Kualitas Produk (X_1) = 1,145. Nilai ini memiliki arti bahwa setiap peningkatan pada penerapan Kualitas Produk yang dilaksanakan industri rumah tangga tiga saudara sebesar 1% maka Keputusan Pembelian di industri rumah tangga tiga saudara akan meningkat sebesar 1,145 % satuan dengan asumsi koefisien lain dianggap tetap.
3. Persamaan regresi linier berganda tersebut memiliki nilai koefisien regresi (b) untuk variabel Distribusi Produk (X_2) = -017. Nilai ini memiliki arti bahwa setiap peningkatan pada penerapan Distribusi Produk di industri rumah tangga Tiga Saudara sebesar 1% maka Keputusan Pembelian di industri rumah tangga Tiga Saudara menurun sebesar -0,17 % satuan dengan asumsi koefisien lain dianggap tetap.
- 4.

Uji F Simultan

Hasil penelitian dengan melakukan uji F pada data peneliltian dari variabel Kualitas Produk (X_1), Distribusi Produk (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara pada tabel berikut ini.

Tabel 4.34
Uji –F Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4352,328	2	2176,164	24,5100	,000 ^b
	Residual	861,232	97	8,879		
	Total	5213,560	99			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), distribusi produk, kualitas produk

Sumber : Output SPSS 23 2016 diolah.

Tabel diatas menunjukkan bahwa model regresi linier berganda memiliki nilai F-hitung = 24,5100 dan nilai F-hitung tersebut lebih besar daripada nilai F-tabel = 3.09 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. Nilai signifikansi (α) dari F-hitung = 0.00 dan nilai signifikansi (α) dari F-hitung tersebut lebih kecil daripada nilai signifikansi (α) sebesar 0,05. Berdasarkan uji F ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Distribusi Produk di industri rumah tangga tiga saudara berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di industri rumah tangga tiga saudara. Pengujian hipotesis secara bersama-sama pada penelitian dikatakan berpengaruh apabila memiliki nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} dan sebaliknya. Sugiyono,(2012).

Uji t Parsial

Hasil penelitian dengan melakukan Uji t pada data peneliltian dari variabel Kualitas Produk (X_1), Distribusi Produk (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara pada tabel berikut ini.

Tabel
Uji –t pada Model Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	10,969	2,039		5,380
	kualitas produk	1,145	,052	,914	22,039
	distribusi produk	-,017	,116	-,006	-,148

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Output SPSS 23 2016 diolah.

Uji t pada data penelitian dari variabel Kualitas Produk (X1), Distribusi Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara. Pada uji t titik persentase distribusi t (df) dilihat dari seberapa banyak jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut dan jumlah banyak sampel akan dikurang tiga angka berdasarkan rumus ($df = N - 3$) dengan penentuan jumlah signifikansi yang digunakan dalam penelitian tersebut. Junaidi Caniogo, (2010).

Tabel diatas menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki nilai t-hitung = 22,039. Nilai t-hitung variabel Kualitas Produk lebih besar daripada nilai t-tabel = 1.984 pada tingkat signifikansi (α) = 0.05. Berdasarkan Uji t ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk di industri rumah tangga tiga saudara berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di industri rumah tangga tiga saudara sedangkan variabel Distribusi Produk (X2), di industri rumah tangga tiga saudara pada tabel tersebut menunjukkan bahwa Distribusi Produk (X2) memiliki nilai t-hitung = -148. Nilai t-hitung variabel Distribusi Produk lebih kecil daripada nilai t-tabel = 1.984 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. Berdasarkan Uji t ini dapat disimpulkan bahwa Distribusi Produk di industri rumah tangga tiga saudara tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di industri rumah tangga tiga saudara. Pengujian hipotesis individual pada penelitian dikatakan berpengaruh apabila memiliki nilai t_hitung lebih besar daripada t_tabel dan sebaliknya. Sugiyono,(2012).

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi serentak pada model regresi linier berganda dari variabel Kualitas Produk (X1) dan Distribusi Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara pada tabel berikut ini.

Tabel
Koefisien Determinasi Serentak (R^2) pada Model Regresi Linier Berganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,914 ^a	,835	,831	2,97971	1,007

a. Predictors: (Constant), distribusi produk, kualitas produk

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Output SPSS 23 2016 diolah.

Model regresi linier berganda dari variabel Kualitas Produk (X1) dan Distribusi Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara memiliki nilai koefisien determinasi serentak (R^2) = 0,831. Nilai koefisien determinasi serentak (R^2) ini memiliki arti bahwa penerapan Kualitas Produk dan Distribusi Produk di industri rumah tangga tiga saudara berpengaruh di industri rumah tangga tiga saudara sebesar 83.1%. di industri rumah tangga tiga saudara sebesar 16.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya di luar model regresi linier berganda tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji F dari variabel kualitas produk (X1), dan distribusi produk (X2), terhadap keputusan pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara menunjukkan bahwa nilai F-hitung = 24.5100 lebih besar dari nilai F-tabel = 3.09 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. sehingga dapat disimpulkan kualitas produk dan distribusi produk berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap keputusan pembelian di industri rumah tangga tiga saudara hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler. Distribusi adalah suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memudahkan proses penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Dengan kata lain, pengertian distribusi adalah penghubung antara aktivitas produksi dan konsumsi.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki nilai t-hitung = 22.039. nilai t-hitung lebih besar daripada nilai t-tabel = 1.984 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berasal dari persepsi konsumen semakin baik kualitas produk maka tingkat kepercayaan konsumen akan bertambah.

Pengaruh Distribusi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa distribusi produk (X2) memiliki nilai t-hitung = -148 lebih kecil daripada nilai t-tabel = 1.984 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Distribusi yang baik akan menghasilkan kepuasan dan tingkat kepercayaan konsumen.

Besar Kontribusi Kualitas Produk dan Distribusi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Koefisien determinasi serentak (R^2) = 0.831 yang memiliki arti bahwa kualitas produk dan distribusi produk yang di industri rumah tangga tiga saudara berkontribusi sebesar 83.1%. terhadap keputusan pembelian di industri rumah tangga tiga saudara sebesar dan 16.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya di luar model regresi linier berganda tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler, (2011). Distribusi adalah suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan

untuk memudahkan proses penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Dengan kata lain pengertian distribusi adalah penghubung antara aktivitas produksi dan konsumsi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji F dari variabel kualitas produk (X1), dan distribusi produk (X2), terhadap keputusan pembelian (Y) di industri rumah tangga tiga saudara menunjukkan bahwa nilai F-hitung = 24.5100 lebih besar dari nilai F-tabel = 3.09 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. sehingga dapat disimpulkan kualitas produk dan distribusi produk berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap keputusan pembelian di industri rumah tangga tiga saudara. Uji t menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki nilai t-hitung = 22.039. nilai t-hitung lebih besar daripada nilai t-tabel = 1.984 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Uji t menunjukkan bahwa distribusi produk (X2) memiliki nilai t-hitung = -148 lebih kecil daripada nilai t-tabel = 1.984 pada tingkat signifikansi (α) = 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, Koefisien determinasi (R^2) = 0.831 yang memiliki arti bahwa kualitas produk dan distribusi produk yang di industri rumah tangga tiga saudara berkontribusi sebesar 83.1%. terhadap keputusan pembelian di industri rumah tangga tiga saudara sebesar dan 16.9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro. 2013. *Pentingnya Menjaga Kualitas Produk*. Gerai Ilmu Jakarta.
- _____. 2013. *Analisis Pengaruh Produk. Promosi. Harga. Distribusi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian*. tahun. 2011. Universitas diponegoro. Semarang.
- Anoraga Pandji. 2013. *Manajemen Bisnis*. Cetakan Kedua. Jakarta
- Band. 2010. *Promosi Meningkatkan Penjualan*. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Pusat Statistik Badan. 2018. Jumlah Penduduk Tetap Kabupaten Tebo <http://www.publicityjambi.com>. Diakses tanggal 20 Maret 2018 pukul 13.05.
- Swastha Basu. 2010. *Distribusi Merupakan Bagian Saluran Pemasaran. Pemasaran Buku 2*. Salemba Empat Jakarta.
- Hermawan Budi. 2012. *Persepsi Harga dan Kualitas* <http://www.pewartaekbis.com>. Diakses tanggal 28 April 2019 pukul 13.30

- Pardana Ditho. 2016. *Pengaruh kualitas produk. Harga. Promosi. Saluran Distribusi dan Citra Merek terhadap proses keputusan Pembelian Sereal Sarapan Nestle Kokokrunch.* Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2016.
- Engel. 2015. *Pentingnya Menjaga Kualitas Produk.* Gerai Ilmu Jakarta.
- Ghozali. 2007. *Penghitungan dalam Statistik Metode Penelitian.* Salemba Empat Jakarta.
- Syaleh. 2017. *Pengaruh kualitas produk. harga. promosi dan tempat pendistribusian terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha pada cv. tjahaja baru bukitinggi.* *Journal of Economic. Business and Accounting (COSTING)* Volume 1 No 1. Desember 2017.
- Umar. 2011. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis.* UII Press Yogyakarta.
- Hair. 1995 dalam Kiswati. 2010. *Metode Penentuan Sampel.* http://www.metode_penentuan_sampel.com. Diakses tanggal 14 Mei 2019 pukul 13.23.
- Nurul Khasanah Ika. 2015. *Pengaruh kualitas produk. dan distribusi terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. firdhausi kecamatan mojawarno kabupaten jombang.* Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2015.
- Heryanto. 2015. *Analisis pengaruh produk. harga. Distribusi dan Promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya terhadap keputusan pelanggan.* *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Entrepreneurship* Vol.9. No 2. Oktober 2015.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2010. *Pengertian Kualitas.* <http://www.wolipopdetik.com>. Diakses tanggal 28 April 2019 pukul 14.05.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi Ke-12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2010. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Ke-13. Jilid 1. Erlangga. Revisi Jakarta.
- _____. 2011. *Prinsip-prinsip pemasaran.* Edisi Ke-12. jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kusnadi. 2010. *Pemasaran Sebagai Proses Dari Perencanaan Dan Pelaksanaan Rencana.* Salemba Empat. Jakarta.
- Nababhan. 2013. *Imbas Distribusi yang Baik Terhadap Penjualan.* <http://www.member.com>. Diakses tanggal 20 Maret 2018 pukul 13.23.
- Hurriyati. 2011. *Prinsip Dasar Kualitas Produk.* PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

- Nurcholis. 2012. *Prinsip dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta.
- Sfyan.2012. *Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan Saluran distribusi terhadap keputusan Pembelian dan kepuasan konsumen laptop toshiba di kota jember*. Skripsi Universitas Jember. 2012.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-2. Ghalia. Indonesia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Cetakan Ke-13. Alfabeta. Bandung.
- Sunyanto. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta.
- Stanton. 2009. *Distribusi dan Pemasaran*. CV Alfabeta Bandung.
- Suhardi. 2012. *Distribusi Merupakan Bagian Saluran Pemasaran. Pemasaran Buku 2*. Salemba Empat Jakarta.