



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERAS KILANG PADI UD. DUMA HARAHAP
DI DESA PARGUMBANGAN KECAMATAN
ANGKOLA MUARATAIS**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM. 18 402 00280**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKHALI HASANAHMADADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2022



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERAS KILANG PADI UD. DUMA HARAHAP
DI DESA PARGUMBANGAN KECAMATAN
ANGKOLA MUARATAIS**

SKRIPSI

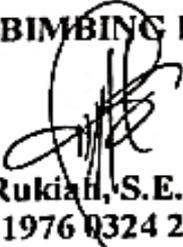
*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM. 18 402 00280**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I


**Dr. Rukiah, S.E., M. Si.
NIP. 1976 0324 2006 04 2002**

PEMBIMBING II


**Sry Lestari, M.E.I.
NIP. 1989 0505 2019 03 2008**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN ALIMADADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Silitang, Padangsidimpuan 22733

Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Risa Elviana Sitompul
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Desember 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Risa Elviana Sitompul yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD. Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Tbu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Rukiah, SE., M. Si.
NIP. 1976 0324 2006 04 2002

PEMBIMBING II

Sry Lestari, M.E.I.
NIP. 1989 0505 2019 03 2008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM : 18 402 00280
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD. Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 09 Desember 2022

Saya yang Menyatakan,



RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM. 18 402 00280

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risa Elviana Sitompul

NIM : 18 402 00280

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD. Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais"**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 09 Desember 2022
Yang menyatakan,



RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM. 18 402 00280



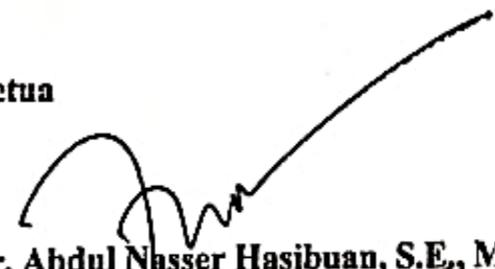
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

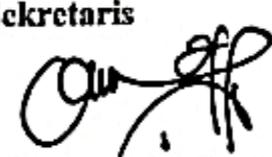
**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM : 18 402 00280
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais

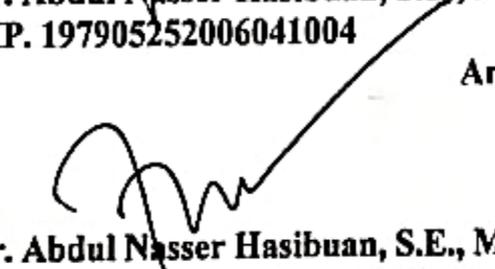
Ketua


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 197905252006041004

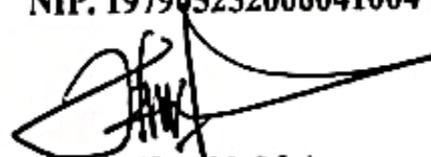
Sekretaris

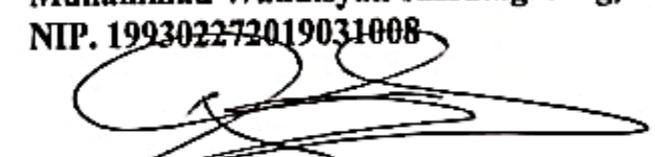

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP. 199302272019031008

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 197905252006041004


Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP. 199302272019031008


Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005


H. Ali-Hardana, S. Pd. M.Si
NIDN. 2013018301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Sabtu/ 14 Januari 2023
Pukul : 15.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 72, 25 (B)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4.5 Sibitang. Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS KILANG PADI UD. DUMA HARAHAP DI DESA PARGUMBANGAN KECAMATAN ANGKOLA MUARATAIS**

NAMA : **RISA ELVIANA SITOMPUL**
NIM : **18 402 00280**
TANGGAL YUDISIUM : **28 JANUARI 2023**
IPK : **3.36**
PREDIKAT : **SANGAT MEMUASKAN**

Telah Dapat Diterima Untuk Memenuhi
Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 28 Februari 2023
Dekap


Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM : 18 402 00280
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.**

Penjualan beras kilang padi UD Duma Harahap yang lambat yang membuat tiga tahun terakhir ini yang mengakibatkan kualitas beras yang kurang baik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais

Penelitian ini di dukung dengan konsep pengambilan keputusan konsumen dan konsep *Marketing Mix* Dimana *Marketing Mix* tersebut dapat di golongan menjadi beberapa bagian diantaranya adalah: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Distribusi (*Place*), dan Promos (*Promotion*). Diketahui bahwa hubungan antara *Marketing Mix* yang baik maka perusahaan tersebut akan dapat mengembangkan produknya secara lebih baik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi dengan jumlah 69 sampel. Teknik analisis data dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji secara parsial (uji t) dan uji secara simultan (uji F).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada pengaruh kualitas roduk terhadap kwputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Tidak ada pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Sedangkan secara simultan menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras kilang UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.

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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.”**. Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A.,

selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan. M.Ag.Selaku Wakil Dekan II bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dra. Replita, M.Si. Selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Ibu Rini Hayati Lubis, M.P. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti sendiri yang selalu memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Ibuk Dr. Rukiah. S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Ibu Sry Lestari, M.E.I. selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah

memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

7. Ibuk Duma Harahap selaku pemilik usaha beras kilang padi di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais serta seluruh pelanggan toko yang telah meluangkan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
8. Teristimewa saya ucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta Ayahanda (Ali Amran Sitompul) dan Ibunda tercinta (Maslina), yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, memberikan dukungan moral dan material, keikhlasan, kesabaran dan tidak lupa selalu memanjatkan doa-doa untuk kelancaran putra dan putrinya. Serta kepada Abang tercinta (Ardiansyah Sitompul, Riski Wahyudi), Adik tercinta (Ahmad Yunus, Dirhan Syihap Alfatih) yang selalu memberi motivasi dan dukungan kepada peneliti.
9. Teruntuk teman-teman terbaik Welly Irma ,Elya Rahmah Pane, , Endang Sri Wahyuni, Feni Oktalia Siregar, Melati Wahyuni Nasution yang selalu membantu dan memberi masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas penelitiannya. Serta rekan-rekan Ekonomi Syariah angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup

kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, September 2022

Peneliti,

RISA ELVIANA SITOMPUL
NIM. 18 402 00280

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	HurufLatin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
.....و	Fathah dan Wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif atauya	ā	a dan garis atas

ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ini tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini hurufter sebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri

dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN LITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Definisi Operasional Variabel.....	8
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan teori	13
1. Kepuasan Pembelian	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
b. Peran dalam Pembelian	14
c. Tahap-Tahap dalam Pengambilan Keputusan.....	15
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
e. Indikator Keputusan Pembelian	19
f. Landasan Hukum Tentang Keputusan Pembelian	19
g. Etika Bisnis Dalam Islam.....	21
2. Kualitas Produk.....	22
a. Pengertian Kualitas Produk.....	22
b. Indikator Kualitas Produk	23
3. Harga	24
a. Pengertian Harga.....	24
b. Tujuan Penetapan Harga	26
c. Indikator Harga	27
4. Saluran Distribusi.....	28
a. Pengertian Saluran Distribusi.....	28
b. Indikator	29
B. Penelitian Terdahulu.....	29

C. Kerangka Pikir	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
D. Sumber data	39
1. Data primer	39
2. Data sekunder	39
E. Instrumen Pengumpulan Data	39
1. Angket	39
2. Wawancara	40
3. Dokumentasi	40
F. Teknik Analisis data	40
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
a. Uji Validitas	40
b. Uji Reabilitas	41
2. Analisis data	41
a. Analisis Deskriptif	41
b. Uji Normalitas	42
3. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Multikolinearitas	42
b. Uji Heteroskedasiditas	43
4. Analisis Regresi Linear Berganda	43
5. Uji Hipotesis	44
a. Uji Parsial (Uji t)	44
b. Uji Simultan (Uji F)	45
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum UD Duma Harahap	47
1. Sejarah UD. Duma Harahap	47
2. Struktur Organisasi UD. Duma Harahap	47
B. Hasil Analisis Data	48
C. Pembahasan Hasil Penelitian	59
D. Keterbatasan Penelitian	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1	Harga Jual dan Harga Beli Pada UD. Duma Harahap	5
Tabel I.2	Jumlah Konsumen Kilang Padi UD. Duma Harahap	6
Tabel I.3	Defenisi Operasional Variabel.....	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	48
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Harga.....	49
Tabel IV.3	Hasil Uji Saluran Distribusi.....	49
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	50
Tabel IV.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel IV.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif	51
Tabel IV.8	Hasil Uji Normalitas	52
Tabel IV.9	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel IV.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel IV.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel IV.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	57
Tabel IV.13	Hasil Uji t.....	58
Tabel IV.14	Hasil Uji F.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	33
Gambar IV.1 Struktur Organisasi UD.Duma Harahap	47
Gambar IV.2 Hasil Uji Normalitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Validasi Angket
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil Angket
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, pangan sangat di identikkan dengan beras karena jenis pangan ini merupakan makanan pokok utama, nilai strategis beras juga di sebabkan karena beras adalah makanan pokok yang paling penting. Industry perberasan memiliki pengaruh besar yang besar dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial politik. Beras juga merupakan sumber utama pemenuhan gizi yang meliputi kalori, lemak, protein, dan vitamin.

Beras memiliki sejarah panjang bagi kehidupan bangsa Indonesia. Sebagian besar beras di konsumsi setelah di olah menjadi nasi. Memakan nasi terkait erat dengan budaya makan dan citra status sosial di masyarakat, mengkonsumsi beras di anggap meningkatkan prestise dibanding karbohidrat lainnya. Saat ini masyarakat luas berpendapat bahwa makanan pokok selain beras seperti jagung, umbi-umbian, dan sagu di anggap sebagiam orang yang tidak mampu. Saat ini beras juga sangat penting terkait jumlah produsen dan konsumennya di Indonesia. Dari sisi produsen, usaha padi di Indonesia melibatkan 25,4 juta rumah tangga. Sedangkan dari sisi konsumen, sekitar 30% dari total pengeluaran rumah tangga miskin di pergunakan untuk membeli beras. Saat ini lebih dari 90% produk Indonesia mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok.

Pada tahun 1984-1986 indonesia pernah menjadi swasembada beras sedangkan sekarang menjadi negara pengimpor beras. Tahun 2005 Indonesia merupakan negara peringkat ke tiga sebagai produsen beras terbesar setelah

China dan India. Hal ini menunjukkan betapa besarnya padi yang di hasilkan oleh Indonesia pada waktu ini. Indonesia sempat menjadi salah satu negara produsen padi terkemuka di dunia. Di tahun 2014 Indonesia menjadi produsen terbesar di dunia setelah china dan india (Sry Endang Rahayu, Mukmin Pohan 2016). Tetapi beberapa tahun terakhir Indonesia perlu mengimpor sekitar 3 juta ton beras setiap tahunnya, terutama dari Thailand dan Vietnam, untuk mengamankan cadangan beras negara¹

Makanan pokok penduduk Indonesia adalah nasi, maka kebutuhan akan beras dari tahun ke tahun terus meningkat sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk. Beras termasuk ke dalam barang inelastis, yaitu berapapun harga barang yang ditawarkan, permintaan akan barang tersebut tidak banyak berubah. Beras adalah kebutuhan pokok, sehingga kebutuhan akan beras akan selalu tinggi. Akibat dari kebutuhan beras yang semakin tinggi, maka usaha di bidang penggilingan padi semakin diminati para pengusaha, dan persaingan usaha juga di dalamnya.

Keputusan pembelian terhadap produk pada dasarnya karena adanya manfaat dan mutu yang diberikan oleh produk tersebut. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli, akan

¹ Sry Endang Rahayu dan Hastina Pebriati, “Analisis Perkembangan Produksi Beras dan Impor Beras di Indonesia”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unipersitas Muhammadiyah Sumatra Utara, (Medan: Oktober 2019), hlm. 20.

melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk apa yang akan dibeli.²

Produk yang berkualitas merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan pasar, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Oleh karena itu, setiap produk harus memiliki kualitas dan keunggulan yang baik dibandingkan dengan produk lainnya sehingga dapat memberikan nilai kepuasan bagi konsumen.

Disamping kualitas produk, perusahaan juga harus memperhatikan harga karena harga memiliki pengaruh terhadap perubahan permintaan suatu produk. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Sesuatu dengan hukum permintaan “semakin tinggi harga yang ditawarkan suatu produk, semakin rendah permintaan konsumen terhadap produk tersebut. Dan sebaliknya, semakin rendah harga yang ditawarkan suatu produk, semakin tinggi permintaan konsumen terhadap produk tersebut”. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapatkan perhatian yang besar dari perusahaan.

Jadi suatu produk beras tersebut dikatakan berkualitas apabila iya memiliki rasa yang enak, memiliki bau yang wangi, memiliki warna yang putih dan bersih, yang dikatakan bersih apabila beras tersebut tidak mengandung

² Vivil Yazia, “Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang),” *Jurnal of economic and economic*, Vol. 2 (n.d.): 165–173.

dedak, maka beras tersebut akan mendapat harga jual yang tinggi. Kemudian suatu beras tersebut dikatakan tidak berkualitas apabila beras tersebut memiliki rasa dan bau yang tidak enak, mengandung banyak dedak dan memiliki warna yang tidak bagus. Maka di situlah beras tersebut memiliki harga jual yang rendah. Biasanya beras yang tidak berkualitas terjadi pada saat masa pertumbuhan padi dan pada saat pemanenan.

Biasanya fenomena yang berpengaruh pada kualitas beras dan padi yaitu pada masa pembibitan adanya hama, keterlambatan pada saat penyemprotan dan pemupukan, dikarenakan harga dan obat-obatan yang melambung tinggi. Dan pada saat keterlambatan pemupukan dan penyemprotan hama, maka akan mengakibatkan panen tidak bagus dan padi itu akan mengalami kekosongan beras pada padi tersebut.

Harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut. Oleh karena itu, penetapan harga harus didasarkan dengan nilai, manfaat dan kualitas produk. Disamping kualitas produk dan harga, saluran distribusi juga memengaruhi keputusan pembelian. Saluran distribusi yang sering digunakan yaitu untuk mengantar barang secara langsung ke tangan konsumen. Saluran distribusi akan memacu persaingan secara sehat, karena saluran distribusikan mempermudah konsumen.

Penggilingan padi merupakan tempat dimana pengelolaan dan pemasaran gabah/beras bertemu, dan menjadi mata rantai penting dalam suplai beras nasional. Penggilingan padi berkontribusi dalam menyediakan

beras, baik dari segi kuantitas maupun kualitas dalam rangka mendukung ketahanan pangan nasional.

Salah satu usaha penggilingan padi tersebut adalah Kilang Padi UD Duma Harahap. Kilang Padi UD Duma Harahap ini terletak Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais Kabupaten Tapanuli Selatan. Kilang Padi UD Duma Harahap merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penggilingan padi guna memenuhi kebutuhan dan pemasaran Beras di Tapanuli Selatan dan sekitarnya dan kualitas beras yang di hasilkan pada kilang padi ini sangatlah bagus.

Tabel I.1
Harga Jual dan Harga Beli Pada UD Duma Harahap

No	Tahun	Harga beli padi (kg)	Harga jual beras (kg)
1.	2017	Rp.4.300	Rp.8.000
2.	2018	Rp.4.500	Rp.9.500
3.	2019	Rp.4.700	Rp.10.000
4.	2020	Rp.4.700	Rp.10.000
5.	2021	Rp.4.900	Rp.10.000

Table di atas menjelaskan harga jual dan harga beli beras pada kilang padi UD Duma Harahap dimana harga jual dan harga beli mengalami kenaikan harga. Pada tahun 2007 harga beli beras Rp. 4.300 per kg dan harga jual berasnya Rp. 8.000 per kg, dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan harga menjadi Rp. 4.500 per kg dan harga jual Rp. 9.500, pada tahun 2019 mengalami kenaikan lagi Rp. 4.700 per kg dan harga jualnya Rp.10.000 per kg, pada tahun 2020 tidak mengalami kenaikan dan penurunan harganya tetap

di Rp 4.700 per kg dan di harga jualnya juga tetap sama Rp 10.000 per kg, kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan lagi pada harga beli Rp. 4.900 per kg akan tetapi pada harga belinya tidak mengalami kenaikan, harganya tetap sama Rp. 10.000 per kg.

Tabel II.2
Jumlah Konsumen Kilang Padi UD. Duma Harahap Desa Pargumbangan

No.	Tahun	Jumlah Konsumen Kilang Padi UD Duma Harahap Desa Pargumbangan
1.	2019	590
2.	2020	650
3.	2021	580

Sumber: Kilang Padi UD. Duma Harahap Desa Pargumbangan

Dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen kilang padi UD. Duma Harahap Desa Pargumbangan Mengalami penurunan dan dari tahun ke tahun mengalami penurunan jumlah konsumen. Pada tahun 2019 jumlah konsumen kilang padi UD Duma Harahap Desa Pargumbangan sebanyak 590 orang, sementara ditahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan sebanyak 580 orang.

Dengan banyaknya usaha dibidang penggilingan padi, yang menandakan semakin banyaknya tingkat persaingan usaha mengharuskan setiap pengusaha menerapkan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Masalah yang dihadapi pada pada kilang padi UD Duma Harahap ini yaitu pada saat musim hujan, pada musim ini padi yang di jemur untuk di jadikan beras akan mengalami pengeringan yang kurang bagus yang

mengakibatkan beras yang di hasilkan dari padi ini akan kurang bagus, bisa jadi dia akan mengalami kualitas padi yang akan di produksi mengalami warna yang agak hitam dan rasanya dan kualitas rasa berkurang.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS KILANG PADI UD. DUMA HARAHAHAP DI DESA PARGUMBANGAN KECAMATAN ANGKOLA MUARATAIS”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya kualitas beras UD Duma Harahap yang menurun.
2. Adanya konsumen yang menurun.
3. Situasi dan kualitas proses panen yang tidak baik.
4. Pemakai produk yang tidak tepat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dia atas, penelitian ini akan dibatas dengan menggunakan empat variabel yaitu terdiri dari tiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Saluran Distribusi (X_3), dan satu variable terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y) dalam penelitian ini yang diteliti adalah Keputusan Pembelian Beras pada konsumen Kilang Padi UD di Desa Pargumbangan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras pada konsumen Kilang Padi UD Duma Harahap desa Pargumbangan ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras pada Kilang Padi UD. Duma Harahap di desa Pargumbangan?
3. Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras pada konsumen Kilang Padi UD. Duma Harahap?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian beras pada konsumen Kilang Padi UD. Duma Harahap?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pada penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi tentang bagaimana mengukur variabel-variabel, baik variabel independen dan variabel dependen dan yang dapat mempermudah penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel III.3
Definisi Operasional Variabel

Jenis Variable	Defenisi Variabel	Indikator	Skala pengukuran
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketetapan, kemudahan dari suatu produk. Maka kualitas produk dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang ditawarkan ke setiap konsumen dengan kualitas produk beras yang terjamin keaslian beras di kilang padi UD. Duma Hrahap di Desa Pargumbanagan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performa (Performance) 2. Keistimewaan (Features) 3. Keandalan (reability) 4. Estetika (Aesthetics) 5. Daya Tahan (Durability) 6. Kualitas yang Diperspsikan 	Likert
Harga (X ₂)	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Maka harga dalam hal ini adalah bagaimana masyarakat dapat menerima layak atau tidak harga yang diberikan kepada konsumen di kilang padi di Desa Pargumbangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dan kualitas produk 3.Daya saing harga 4.Kesesuain harga dan manfaat 	Likert

Saluran Distribusi (X ₃)	Saluran distribusi merupakan serangkaian lembaga yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai bisnis. Maka Saluran distribusi dalam penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk beras dengan menyalurkan produk sampai ke tangan konsumen di Kilang Padi UD. Duma Harahap di desa Pargumbangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Saluran Pemasaran 2.Cakupan Pemasaran 3. Lokasi 4. Persediaan 5. Transportasi 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian Menggambarkan bagaimana seorang individu secara berhati-hati mengevaluasi berbagai macam atribut produk-produk, merek, atau jasa dan secara rasional memilih salahsatu yang memecahkan kebutuhan diakui jelas untuk harga terkecil. ³ Maka keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian beras yang dirasakan konsumen terhadap kualitas produk, harga dan saluran distribusi yang ada di Kilang Padi UD. Duma Harahap Di Desa Pargumbangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Pengenalan Masalah 2.Pencarian Informasi 3.Evaluasi Alternatif 4.Keputusan Pembelian 5.Perilaku Pasca Pembelian 	Likert

³*Ibid.*, hlm. 5.

F. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras pada konsumen Kilang Padi UD Duma Harahap.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras pada konsumen Kilang Padi UD Duma Harahap.
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras pada konsumen Kilang Padi UD Duma Harahap.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian beras pada konsumen Kilang Padi UD Duma Harahap.

G. Kegunaan penelitian

1. Bagi Pengelola Perusahaan Kilang Padi UD Duma Harahap

Memberikan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi, yang mana paling efektif dan efisien guna menciptakan keputusan pembelian konsumen beras sehingga dikemudian hari perusahaan dapat terus dijalankan dengan baik.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah ilmu pengetahuan peneliti dalam ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam bidang Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi untuk menciptakan pengambilan keputusan konsumen untuk

membeli produk serta sebagai ilmu terapan jika nanti berada di masyarakat khususnya dalam hal pemasaran produk beras.

3. Bagi Dunia Akademik

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak untuk memperdalam ilmu pemasaran terutama dalam hal pengambilan keputusan.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: yaitu meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI: yang berisi tentang pengertian Pengambilan keputusan pembelian, Peran dalam pembelian, Tahap-tahap Dalam Pengambilan Keputusan, Landasan hukum tentang keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN: yaitu meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrument pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, asumsi klasik, dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, terdiri dari deskripsi data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP, terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang diberikan peneliti sehubungan dengan hasil peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Keputusan Pembelian

a. Pengambilan keputusan pembelian

Pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus bersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian orang tersebut berada dalam posisi mengambil keputusan.⁴ Menurut Etta mamang pengambilan keputusan pembelian adalah “Proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.”

Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu di antara tindakan alternatif yang ada.

⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran, Cetakan 1, Edisi*, (Bogor: Galia Indonesia, 2011), hlm. 241.

Pengambilan keputusan adalah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

Dari berbagai pemahaman di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti atau digunakan sebagai cara pemecahan masalah. Proses itu untuk menemukan dan menyelesaikan masalah organisasi. Pernyataan ini menegaskan bahwa mengambil keputusan memerlukan satu seri tindakan yang membutuhkan beberapa langkah.

b. Peran dalam pembelian

Adapun empat peran yang dimainkan orang dalam suatu keputusan pembelian yaitu:

- 1) Pengambil inisiatif (*initiator*), yaitu seseorang yang pandangannya atau sarannya diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
- 2) Orang yang mempengaruhi (*influencer*), yaitu seseorang yang memutuskan sebagian besar keputusan membeli, seperti: apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana membelinya, atau dimana membelinya.

- 3) Pembeli (*buyer*), yaitu seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
- 4) Pemakai (*user*), yaitu seseorang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dibeli/

c. Tahap-tahap Dalam Pengambilan Keputusan

Kotler dan Keller memukakan bahwa terdapat lima tahap yang di lalui konsumen dalam peroses pengambilan keputusan pembelian. Kelima tahapan tersebut yaitu pengenalan masalah atau kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

1) Pengenalan masalah atau kebutuhan

Pada proses ini pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kenutuhan ini dapat di cetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal.

2) Pencarian informasi

Seorang konsumen yang terangsang secara internal maupun eksternal akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Situasi pencarian informasi adanya yang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Adanya juga konsumen mulai aktif untuk mencari informasi melalui mencari bahan bacaan, browsing di internet, menelpon temannya, mengunjungi toko untuk mengetahui detail mengenai produk yang di inginkan. Dalam hal ini sering konsumen melihat

kemudahan untuk memperoleh produk terlebih dahulu. Di samping harga produk tersebut.

3) Evaluasi alternative

Pada tahap ini tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang di gunakan oleh semua konsumen atau oleh suatu konsumen dalam semua situasi pembelian. Terhadap beberapa proses evaluasi keputusan, dan model-model terbaru yang memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif. Pada tahap ini konsumen di anggap membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional. Kemudahan memperoleh produk juga menjadi pertimbangan bagi konsumen. Harga produk juga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk mendapatkan produk.

4) Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi merk produk yang ada dalam kumpulan pilihan mereka. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merk yang paling di sukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian,, konsumen bisa mengambil lima sub keputusan yaitu merk (merk apa yang akan di pilih), bentuk setelah mempertimbangkan kebutuhan dan harga produk, dealer (penyalur), kuantitas (berapa banyak produk yang akan dibeli), waktu (kapan pembelian), dan metode pembayaran (keputusan

tentang cara dan prosedur pembelian) secara online atau langsung datang ke toko.

5) Perilaku pasca pembelian

Distributor atau pemasar masih memiliki tugas setelah pembelian produk terjadi, konsumen akan mengalami suatu tingkang kepuasan atau tidakpuasan. Kepuasan atau tidak kepuasan konsumen terhadap produk akan mempengaruhi tingkah laku konsumen berikutnya. Konsumen yang merasa puas akan memlihtakan peluang membeli lagi pada kesempatan dan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk yang telah di gunakan bahwa cenderung merekomendasikan kepada orang lain, juga sebaliknya jika konsumen dalam melakukan pembelian merasa ketidak puasan dengan produk yang telah di belinya, maka konsumen akan merubah sikapnya terhadap produk tersebut menjadi sikap yang negative, bahkan mungkin tidak akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.⁵

d. Faktor- Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen melakukan pembelian produk, kemudian mengonsumsi atau menggunakannya. Adapun faktor yang mempengaruhi

⁵ Hamni Fadlilah Nasution, “Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada Febi Iain Padangsidimpua,” *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* vol. 4 (1): hlm. 28–29.

perilaku konsumen dalam melakukan pembelian antara lain sebagai berikut:

1) Faktor budaya

Yang menjadi pertimbangan seseorang dalam mencari dan menggunakan produk secara konsisten dan mendalam yaitu faktor sosial.

2) Faktor sosial

Lingkungan sekitarnya menjadi pendorong terhadap perilaku konsumen. Dimana kebiasaan dan sosial seseorang terhadap orang yang berada di sekitarnya akan mempengaruhi perilaku yang khas pada masyarakat.

3) Faktor pribadi

Perilaku pembelian juga di pengaruhi oleh faktor pribadi seperti, usia, pekerjaan, situasi ekonomi, dan gaya hidup seseorang.

4) Faktor psikologis

Faktor yang berasal dari seseorang dalam memilih faktor, mengonsumsi atau menggunakan produk merupakan faktor psikologis. Oleh sebab itu pemasar harus memahami sikap dan persepsi konsumen dalam membeli sebuah produk.⁶

⁶ Vinna Sry Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 215–216.

e. Indikator keputusan pembelian

Adapun indikator keputusan pembelian antara lain sebagai berikut:

- a) Pencarian informasi
- b) Perilaku sesudah pembelian
- c) Melakukan pembelian ulang
- d) Kebutuhan yang di rasakan

f. Landasan hukum tentang keputusan pembelian

Anjuran dalam agama islam ketika akan melakukan keputusan pembelian, konsumen harus mengosumsikan fungsi barang yang di beli bukan menuruti hawa nafsunya. Seperti firman allah Q.S. Al-Maidah:100.

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ
 فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya : “Katakanlah: Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun yang buruk itu banyak menarik hatimu. Maka bertakwalah kepada Allah, hai orang-orang yang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam melakukan suatu hal seseorang harus dapat membedakan sesuatu yang baik dan buruk, meskipun keburukan membawa banyak keuntungan yang hanya sementara, dalam keputusan pembelian harapannya konsumen dapat membedakan kebutuhan dan keinginan antara yang baik atau buruk

tujuannya agar tidak menyesal dikemudian hari. Apabila kualitas produk bagus dan harga dapat dijangkau lebih mudah mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.⁷

Kemudian menegaskan bahwa kebaiakan yang allah swt perintahkan berbeda – tidak sama – dengan keburukan yang dilarangnya. Maksudnya, kebaikan lebih utama daripada keburukan. Sekecil apapun kebaika, jauh lebih bernilai dari pada keburukan sekalipun keburukan tersebut terlihat fositif atau bermanfaat.

Ayat di atas seakan-akan mengatakan, katakanlah hai Muhammad,” tidak sama nilainya si sisi allah dan dampaknya di hari kemudian hal-hal yang buruk dengan hal-hal yang baik, meskipun kuantitas yang buruk itu menarik hatimu,oleh karena itu, maka bertakwalah kepada allah wahai oran segala orang-orag yang mempunyai akal sehat dari tipu daya dunia, agar kamu beruntung.

kata *khabits* pada surat al-Maidah ayat 100 bermakna segala sesuatu yang tidak disenangi karena keburukan atau kehinaannya dari segi material atau immaterial, baik menurut pandangan akal atau syariat. Sedangkan kata *thayyib* bermakna segala sesuatu yang di perintahkan dan dibolehkan oleh agama dan akal sehat seperti perbuatan baik serta terpuji⁸.

⁷ Firjza Oktavia Nurul Kumala Moch Khoirul Anwar, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt. Hasanah Mulia Investama,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Ialam*, Vol. 3 no. 2, (2020).

⁸ M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah, cct. V (Jakarta: Penerbit Lentera Hati, 2012), hlm. 228.

g. Etika Bisnis Dalam Islam

Dalam dunia bisnis harus terjaga keharmonisan sesama pedagang di pasar. Tujuannya adalah mencegah kezaliman dengan cara mengontrol alat timbangan, takaran, ukuran serta dalam menciptakan produk dan berbagai alat dagang lainnya. Oleh karena itu Islam sangat melarang terjadinya kecurangan dalam menciptakan suatu produk, takaran, rekayasa harga, perdagangan barang-barang haram dan *ihthikar* (penimbunan).

Kecurangan dalam menciptakan suatu produk serta dalam hal menakar atau menimbang mendapat perhatian khusus dalam Al-Quran karena peraktek seperti ini telah merampas hak orang lain. Selain itu, peraktek seperti ini juga menimbulkan dampak yang sangat vatal dalam dunia perdagangan yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang. Oleh karena itu, pedagang yang curang pada saat menciptakan suatu produk serta dalam hal menakar atau menimbang akan mendapat ancaman siksa di akhirat.

Penghargaan ajaran Islam terhadap mekanisme pasar adalah dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilaksanakan secara baik atas dasar suka sama suka. Dalam Al-Quran dinyatakan bahwa orang beriman dilarang memakan harta sesama manusia dengan cara yang batil kecuali dengan cara perdagangan atas dasar suka sama suka.

Penipuan dalam perdagangan merupakan perbuatan yang dilarang. Oleh karena itu tidak sepatutnya seorang pedagang bersikap kurang peduli dengan kualitas barang yang di perdagangkannya. Hal ini tentu saja dapat di kiaskan kepada pedagang sendiri, bagaimana apabila di tipu oleh pedagang lain, tentu saa iya tidak maumenerimanya. Pemberitahuan cacat suatu barang, dengan demikian, menjadi suatu keharusan bagi pedagang untuk menjaga kepercayaan pembeli demi kelangsungan usaha mereka sendiri.

Dengan demikian dapat di katakana bahwa harta tidak akan bertambah karena tindak kecurangan, sebagaimana harta tidak akan berkurang karena di sedekahkan, bagi orang yang tidak mengenal pertambahan dan pengurangan harta kecuali melalui ukuran material niscaya sulit menerima keberkahan rizki niscaya akan dengan mudah meninggalkan tindak kecurangan karena bisa menghilangkan **keberkahan rezkinya.** ⁹

2. Kualitas Produk

a. pengertian kualitas produk

Kualitas di defenisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas itu tergantung persepsi seseorang dan selalu berbeda di setiap pemikiran

⁹ Khoiruddin, *Etika Pelaku Bisnis Dalam Perspektif Islam*, jurnal Asas, vol, 7, no. 1, 2015

orang, mereka mempunyai pola acuan tentang kualitas yang berbeda-beda mungkin di setiap waktu tergantung dari pengalaman yang telah membekas pada pikiran mereka bahwa produk itu lah yang berkualitas.¹⁰

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong adalah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikannya, menurut Kotler dan Keller kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan.¹¹ Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk loyal terhadap produk yang di tawarkan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan seseorang yang digambarkan setelah membandingkan apa yang di harapkan dengan apa yang di tawarkan perusahaan.

b. Indikator Kualitas Produk

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, maka perusahaan harus mengetahui apa saja yang harus di gunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang

¹⁰ Ali Hardana, Jafar Nasution dan Arti Damisa, Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 7, No. 2 (2019)

¹¹ Yani Dahliani Rohmat Hasanul Ahwal, "(Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember," *jurnal inovasi penelitian*, Vol,2, no. 1 (2021).

di jual perusahaan dengan produk pesaing. Adapun indikator kualitas produk antara lain sebagai berikut:

- a) Keterhandalan, barang yang berkualitas adalah yang mempunyai peluang besar untuk tetap beroperasi melebihi waktu yang telah ditetapkan.
- b) Variasi produk yaitu keaneka ragman suatu produk dengan tujuan agar memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.
- c) Kecocokan, artinya produk atau barang sesuai dengan standar dan spesifikasi yang telah digunakan.
- d) Daya tahan, barang yang berkualitas adalah barang yang mempunyai daya tahan yang lama sebelum diganti,
- e) Tampilan produk biasanya digunakan dengan menambahkan item-item terhadap tampilan dasar.

3. Harga

a. Pengertian harga

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan

konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut..¹²

Seorang produsen harus mempunyai pengetahuan mengenai nilai atau harga yang akan di berikan kepada konsumen. Apabila harga yang di tawarkan lebih tinggi dari pada nilai yang disarankan konsumen, maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut. Berbeda dengan pemasaran jasa, harga sering dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan akan kualitas jasa yang di tawarkan.

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen. Wirausahawan bisa menciptakan harga yang paling efisien dengan inovasi dan kreativitasnya. Menentukan harga tepat memerlukan banyak pilihan tidak saja berdasarkan pada intuisi, perasaan, tetapi juga harus berdasarkan pada informasi, fakta dan analisis di lapangan.

Perusahaan dalam usaha memasarkan barang dan jasa, perlu penetapan harga yang tepat. Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Harga juga berperan penting dalam proses untuk menarik keputusan pembelian konsumen karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan berpengaruh terhadap tingkat permintaan produk.

¹² M. Amri Nasution, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtra Medan," *jurnal warta edisi:59*, 2019.

Walaupun perusahaan telah menetapkan standarisasi, namun seringkali terjadi kesalahan dalam kegiatan proses produksi sehingga kualitas produk ada yang mengalami kegagalan. Karena potensi, kegagalan-kegagalan produk tersebut, kegiatan produksi, harus diawasi khususnya pengawasan mutu produk, sehingga tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang tidak diharapkan. Dalam melakukan aktivitas produksinya perusahaan sebaiknya dapat memanfaatkan faktor-faktor produksi yang dimiliki, diantaranya tenaga kerja, bahan baku, mesin-mesin dan lain sebagainya. Mutu produk sangat berpengaruh dalam pemasaran, apabila suatu produk yang ditawarkan berkualitas baik dan memuaskan konsumen, maka akan memberikan hasil berupa peningkatan omset permintaan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.¹³

b. Tujuan penetapan harga

Pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu:

- 1) Strategi berdasarkan biaya, sebagai pendekatan harga yang melihat aspek biaya
sebagai penentu harga
- 2) berdasarkan permintaan, dimana harga estimasi volume penjualan yang dapat di jual berdasarkan pada pasar tertentu dengan harga tertentu.

¹³ Ibid

- 3) berdasarkan persaingan, sebagai pesaing titik tolak penetapan harga bisa ditetapkan sama, diatas atau dibawah pesaing
- 4) berdasarkan kebutuhan konsumen, dimana pemasar menentukan harga yang menyediakan nilai maksimal pada pelanggan, sehingga pelanggan lah yang menentukan dan sebagai titik tolak dan penetapan harga¹⁴

c. indikator harga

Menurut Kotler (2009), indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.
3. Daya saing harga Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

¹⁴ Azmiani Batubara Rahmat Hidayat, “(Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada PSA Mihin Lanka Airlines,” *jurnal ilman*, Vol. 4 no. 1 (2016).

4. Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.¹⁵

4. Saluran Distribusi

a. pengertian saluran distribusi

Saluran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen keperentaraan dan akhirnya sampai pada pemakai. Distribusi merupakan salah satu aspek dari pemasaran, distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan).

Saluran distribusi merupakan perantara yang turut serta dalam proses pemindahan barang dari produsen ke konsumen. Menurut Sigit saluran distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh pemindahan barang baik fisik maupun pemindahan milik sejak dari produsen sehingga ke tangan konsumen. Suatu perusahaan didalam mendistribusikan barangnya dapat menggunakan salah satu atau lebih dari cara penyaluran. Bagi perusahaan yang baru saja berdiri memilih saluran distribusi merupakan pekerjaan yang tidak mudah, karena baru masuk pasar,

¹⁵ Suri Amalia, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merkek Xiaomi Di Kota Langsa," jurnal manajemen dan keuangan, Vol, 9, no 1 (2017):

sedangkan bagi perusahaan yang sudah berjalan dengan saluran distribusi tertentu, masih harus tetap waspada dan mengawasi aparat-aparat distribusi.¹⁶

b. Indikator saluran distribusi

Menurut Kotler dan Keller saluran menghasilkan lima output jasa yaitu:

1. Ukuran lot yaitu jumlah unit yang diizinkan saluran untuk dibeli oleh pelanggan umum dalam satu peristiwa.
2. Waktu tunggu dan waktu pengiriman yaitu rata-rata waktu pelanggan saluran untuk menerima barang.
3. Kenyamanan spesial yaitu tingkat dimana saluran pemasaran membuat konsumen lebih mudah membeli produk.
4. Keragaman produk yaitu rentang pilihan yang disediakan oleh saluran pemasaran
5. Dukungan layanan yaitu jasa tambahan (kredit, pengiriman, instalasi, perbaikan yang disediakan oleh saluran.¹⁷

B. Penelitian terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras pada Kilang padi UD. Duma Harahap di Desa Pargumbangan. Berikut tabel penelitian terdahulu

¹⁶ Mela Rosmaita and Apriza Putri Roamayani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Mengenai Ukm (Survei Pada Kue Bangkit 'Syempana' Di Kota Pekanbaru)," *jurnal valuta*, Vol. 4. no. 2. (2018).

¹⁷ Hendra Nazmi, "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pembelian Furing Prima Pada PT. Biru Indikon," *jurnal riset manajemen dan analisis bisnis (JRMB)*, Vol. 6., no. 1 (2021).

menegnai Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Krismiyati, Sri Handayani, Moh Syukur (Jurnal, Manajemen dan Bisnis. Vol. 4 No. 2. 2020)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premim Perum Bulog Kantor Cabang Biak	Hasil Penelitian Menunjukkan Kualitas Produk Dan Harga Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Volume Penjualan Dimana Angka Signifikasi Sebesar 0,000 Lebih Kecil Dari Tingkat Signifikasi 0,05. ¹⁸
2.	Marissa Grace Haque (Jurnal, Ekonomi Manajemen Dan Bisnis. Vol. 21 No. 1. 2020)	Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kontribusi Berpengaruh Sebesar 46,5 %. Uji Hipotesis Diperoleh Nilai t hitung $>t$ table Atau $(6,978 > 2,003)$. ¹⁹
3.	Siti Kholilah (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Fakultas aeakonomi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Pengaruh <i>Brand image</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Premium Pada Perum Bulog Cabang	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Tedapat Pengaruh Antara <i>Branf Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Beras Premium Pada Perum Blog Cabang Padangsidimpuan Secara Parsial, yang di Buktikan

¹⁸ Krismiyati Moh Syukur and Sri Handayani, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premim Perum Bulog Kantor Cabang Biak," *jurnal, Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4, no. 2. (2020).

¹⁹ Marisa Grace Haque, "Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta," *jurnal, Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 21 no. 1. (2020).

	Negri IAIN Padang Sidempuan) 2020	Padangsidempuan	Dengan Bahwa $t_{hitung} - 4,897 < - t_{hitung} -3,935 < - t_{tabel} -1,66320$ atau $t_{hitung} 3,935 > t_{tabel} 1,66320$
4.	Wawan Setiawan, Koko Safitri(Jurnal, Manajemen Ekonomi dan Akuntansi. Vol 3 No. 1. 2019	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis di Agen Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Berdasarkan Pada Uji Mediasi Menunjukkan Bahwa Efek Mediasi Kepuasan Konsumen Dalam Mempengaruhi Harga Dalam Minat Beli Ulang Beras Batanggadis di Agen S Riadi Mempunyai Efek Sebesar 75% Hal ini Menunjukkan Bahwa Ada Faktor Lain Yang Dapat Mempengaruhi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. ²⁰
5.	Choiriyah Afyunita Sari (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negri IAIN Padang Sidempuan) 2021	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi Kamo a Di Desa Aek Badak Kecamatan Sayurminggi Kabupaten Tapanuli Selatan)	Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras (studi kasus konsumen kilang padi kamo a di desa aek badak. Kesimpulan dari Hasil nilai R^2 (Adjusted R Square) = 0,249 mendekati 1. Hal ini menunjukkan bahwa 24,9% variabel kualitas produk, harga dan

²⁰ Wawan Setiawan and Koko Safitri, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal, Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 3, no. 1. (2019).

			saluran distribusi memengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 75,1% (100 - 24,9) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
--	--	--	---

Dari penelitian diatas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu:

- 1) Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Krismiyati, Sri Handayani, Moh Syukur adalah sama-sama mengambil penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Dan Harga. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitia Krismiyati, Sri Handayani, Moh Syukur adalah terdapat pada tempat, waktu serta lokasi penelitiannya.
- 2) Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Marissa Grace Haque adalah sama-sama mengambil judul penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Marissa Grace Haque mengambil produk pada PT. Berlian Multitama di Jakarta sementara peneliti sendiri mengambil pada Kilang Padi UD. Duma Harahap.
- 3) Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Siti Kolilah adalah terdapat pada judul penelitian nya. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Siti Kholilah adalah terdapat pada tempat,

waktu serta lokasi penelitiannya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian beras pada Kilang Padi UD. Duma Harahap di desa Pargumbangan.

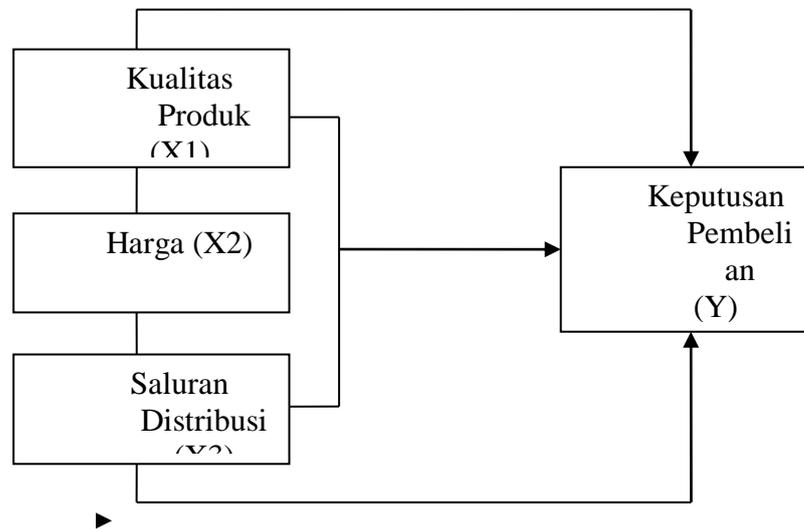
- 4) Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Wawan Setiawan dan Koko Safitri adalah sama sama membahas tentang Pengaruh Kualitas Produk dan harga. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Wawan Setiawan dan Koko Safitri adalah terdapat pada tempat, waktu serta lokasi penelitiannya.
- 5) Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Choiriyah Afyunita Sari adalah sama sama membahas Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yaitu Choiriyah Afyunita Sari terdapat pada waktu, tempat, serta lokasi penelitiannya.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian.²¹ Maka dibuatlah kerangka berpikir penelitiannya seperti dibawah ini:

²¹ Dolet Unaradjan Dominokus, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019).hlm. 92.

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



Keterangan:

- :Pengaruh masing-masing variable independen secara parsial terhadap variable dependen
 ↗ :Pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variable dependen

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau ingin kita pelajari. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks. Oleh karena itu, perumusan hipotesis menjadi sangat penting dalam sebuah penelitian.²²

²² Dodiet Aditya Setyawan, *Hipotesis Dan Variabel Penelitian* (Bandung: CV Tahta Media Group, 2021). Hlm. 7.

Hipotesis dapat berupa hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif-f (H_a) atau (H_i). Hipotesis nihil adalah hipotesis yang menyatakan kesamaan atau tidak adanya perbedaan antara dua kelompok atau lebih tentang suatu perkara yang dipersoalkan. Sedangkan hipotesis yang bukan hipotesis nihil adalah hipotesis alternatif. Artinya, hipotesis alternatif terkait dengan dugaan yang menyatakan ketidaksamaan atau perbedaan.²³

²³ Agung Edy Wibowo, *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*, (Cirebon: Insania, 2021). hlm 73.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Untuk memperoleh data yang di butuhkan dalam penelitian ini, maka tempat penelitiannya adalah di Desa Pargumbangan, Kecamatan Angkola Muaratais, Kabupaten Tapanuli Selatan. Adapun waktu penelitian ini di lakukan pada bulan April tahun 2022 sampai bulan November 2022

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan di hasilnya.²⁴ Penelitian kuantitatif ini juga sebagai upaya menyelidiki masalah. Dimana masalah tersebut yang mensadari peneliti mengambil data, menentukan variable dan yang kemudian di ukur dengan angka agar bisa dilakukan analisa sesuai dengan prosedur statistik yang berlaku. Adapun tujuan dari melakukan penelitian kuantitatif, tidak lain untuk membantu dalam mengambil kesimpulan atau membantu dalam mengambil kesimpulan atau membantu dalam menggeneralisasi preditif teori yang tepat.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek, yang memiliki karakteristik dan kuantitas tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dikaji kembali dan diambil

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011). Hlm. 131

kesimpulannya. Sementara menurut Muhammad “Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang di tetapkan oleh penelii untuk di teliti dan kemudian di Tarik kesimpulannya.²⁵ Oleh karna itu, peneliti mengambil jumlah masyarakat di desa Muaratais Kecamatan Angkola Muaratais yang menjadi konsumen di Kilang se UD. Duma Harahap. Yaitu sebanyak 550 orang pada tahun 2021 sebagai populasi dalam penelitian ini.²⁶

2. Sampel

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru.²⁷

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental* yaitu, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja.²⁸ Kemudian pengambilan

²⁵ Ali Hardana, Jafar Nasution dan Arti Damisa. Pengaruh Rasio Keuangan Pemerintah Daerah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia, jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol, 1, No. 5, 2022.

²⁶ UD. DH. Desa Muaratais, Kecamatan Angkola Muaratais, pada 20 April 2022.

²⁷ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode* (Kuningan: Hidayatul Quran, 2019). Hlm. 61-62

²⁸ Sofyan Siregar, *Statistic Parametrik* (Jakarta: : PT. Bumi Aksara, 2013), 60.

sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus populasi tidak diketahui, yaitu:²⁹

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{E^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

Z : Mengacu pada tingkat kepercayaan. Dalam penelitian ini ditentukan sebesar 90%, maka $Z = 1,65$.

p : Variasi populasi, variasi populasi disini dinyatakan dalam bentuk proporsi. Karena tidak ada data pendahuluan mengenai populasi, variasi populasi diasumsikan *heterogen* (dengan proporsi 50:50).

Jadi $0,5 (1-0,5) = 0,5 \times 0,5 = 0,25$.

E : Kesalahan sampel yang dikehendaki. Dalam penelitian ini sebesar 10%. Dengan rumus diatas, maka diperoleh lah penghitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,65^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,65^2 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$$n = \frac{2,7225 (0,25)}{0,01}$$

$$n = 68,06$$

Maka dapat disimpulkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 68,06 yang dibulatkan menjadi 69 orang.

²⁹ Eriyanto, *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*, (Yogyakarta: : Lkis Pelangi Aksara, 2014), hlm. 292–93.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh seseorang penelitian langsung dari sumbernya tanpa perantara pihak lain (langsung dari objeknya), lalu dikumpulkan dan diolah sendiri atau seseorang suatu organisasi. Contoh, mewawancarai langsung pemahaman hukum masyarakat dengan berlakunya suatu aturan. Misal dengan cara wawancara, observasi, pengamatan, angket dan sebagainya.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh seseorang penelitian secara tidak langsung dari sumbernya (objek penelitian), tetapi melalui sumber lain. Penelitian mendapatkan data yang sudah jadi yang dikumpulkan oleh pihak lain dengan berbagai cara metode baik secara komersial maupun non komersial. Misal, buku-buku teks, jurnal, majalah, koran, dokumen, peraturan, perundangan dan sebagainya.³⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

³⁰ Andrew Fernando Dkk, *Metodologi Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.), hlm 66-68.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui tanya jawab lisan antara peneliti dengan responden/subjek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Wawancara merupakan alat yang sangat baik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, keyakinan, perasaan, motivasi dan sebagainya.³¹

3. Dokumentasi

Dalam pengumpulan data tentu saja memerlukan data atau informasi sebagai pelengkap yaitu dokumentasi. Dokumentasi merupakan data atau informasi yang terkait dengan masalah penelitian. Dokumentasi ini dapat berbentuk buku, dokumen penting, gambar, tulisan angka, arsip dan lainnya yang mana membuat hubungan penelitian yang sangat dibutuhkan.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan produk dari validasi. Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrumen. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang

³¹ Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Absolute Media, 2020), hlm 74-80.

perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen ini adalah untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan-pertanyaan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6 hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian.³²

2. Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan, penyusunan data dalam bentuk numerik dan grafik. Statistik deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian sekaligus mensupport variabel yang diteliti. Kegiatan yang berhubungan dengan statistik deskriptif

³² Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Jakarta: Guepedia, 2021), hlm 7-17.

seperti menghitung mean (rata-rata), median, modus, mencari deviasi standar dan melihat kemencengan distribusi data dan sebagainya.³³

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi dan sampel berdistribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan analisis statistik non-parametrik One-Sample Kolmogorov-Smirnov.³⁴

3. Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Hasil SPSS dari uji multikolinearitas diperoleh hasil bahwa semua variabel independen dari model regresi tidak terdapat multikolinearitas yang ditunjukkan oleh nilai VIF yang dibawah 10 dan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa model regresi ini layak untuk digunakan karena tidak terdapat variabel yang mengalami multikolinearitas.

³³ Molly Wahyuni, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan SPSS Versi 25*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), hlm 1-2.

³⁴ Mitha Christina Ginting dan Ivo Maelina Silitonga, Pengaruh Pemdapatan Dari Luar Perusahaan dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Properti And Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Manajemen*. Vol, 5, No. 2, 2019.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan variabel residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi di ragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidak samaan variasi variabel pada semua pengamatan dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan bsearnya atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random.³⁵ Apabila asumsi terjadinya heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka dapat dikatakan bahwa uji tersebut menjadi kurang akurat.³⁶

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apa itu hubungan secara linier antara dua atau lebih variebel indepeden dengan satu variabel dependen. Perbedaan dengan regresi linear sederhana adalah hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam dalam satu model regresi³⁷

Persamaan regresi linier berganda dapat di tulis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y : Keputusan pembelian

³⁵ Ali Hardana, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil di Kota Padangsidempuan dan Tapanuli Selatan

³⁶ Gunawan Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm 224-240.

³⁷ Duwi Prayanto, *SPSS Pengelolahan Data Terpaksa* (Yogyakarta: CV . Andi Offest, 2014), hlm 99.

- a : konstanta
- b_1 b_2 : Koefisien untuk variabel dependen
- X_1 : kualitas produk
- X_2 : Harga
- e : *error* (tingkat kesalahan)

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini menggunakan taraf signifikan 10% dengan derajat kebebasannya atau $df = (n-k-1)$.

Pengujian t ini menggunakan tingkat signifikan 0,1 atau 2 sisi.

Langkah-langkah:

1. Menentukan t_{hitung} dan signifikan

Dari output didapat t hitung dan signifikan.

2. Menentukan t_{tabel}

t_{tabel} dapat dilihat ditabel statistik pada signifikan $0,1/2 = 0,05$ dengan derajat kebebasan $df = n-2$ atau $12-2 = 10$, hasil diperoleh untuk t_{tabel} .

3. Kriteria pengujian

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

4. Berdasarkan signifikan

Jika signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima

Jika signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak

5. Membuat kesimpulan

a) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak.

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

b) Apabila nilai t_{hitung} signifikan $> t_{tabel}$ dan tingkat signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini kriteria pengujiannya adalah:

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya ialah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya ialah tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen terhadap variabel independen, semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka ketepatannya dikatakan semakin baik.³⁸

³⁸ Mudraad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 44-46.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum UD Duma Harahap

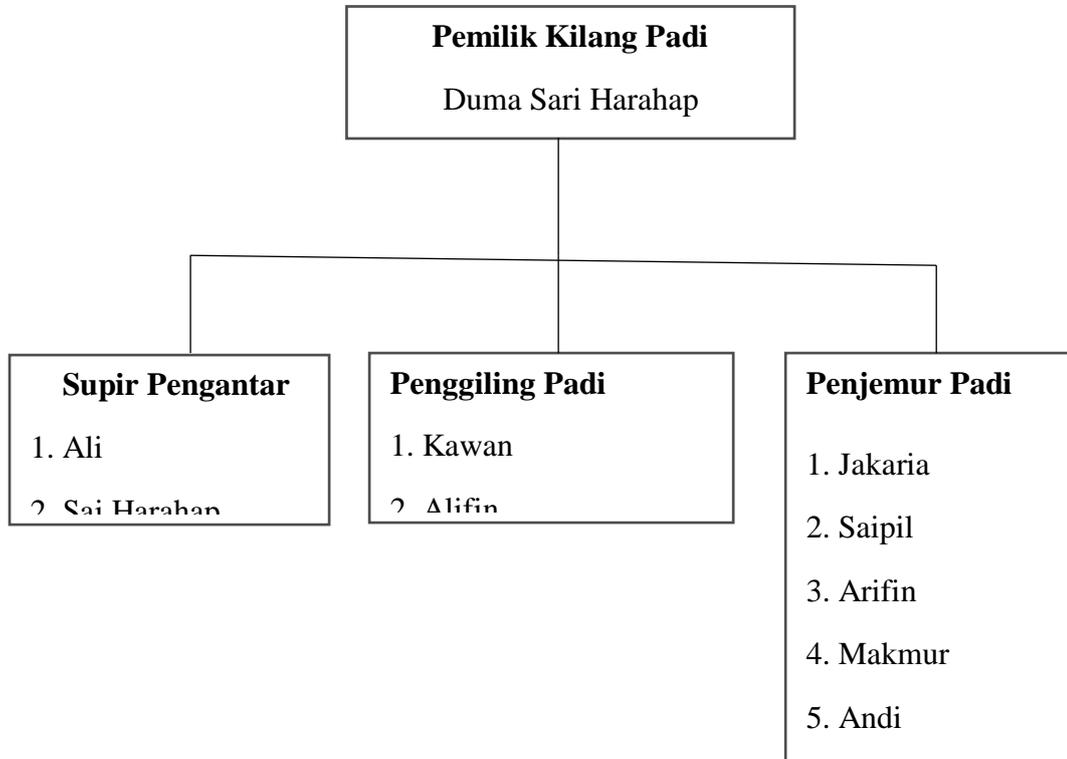
1. Sejarah UD Duma Harahap

Kilang padi UD Duma Harahap merupakan usaha yang bergerak dibidang penggilingan padi yang berlokasi di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais, kilang padi UD Duma Harahap ini di dirikan oleh Ibu Duma Sari Harahap yang selaku pemilik kilang padi tersebut. Kilang padi UD Duma Harahap ini di dirikan oleh Ibu Duma Dari Harahap pada tahun 2002. Karyawan pada UD Duma Harahap ini sebanyak 10 orang karyawan yang berkerja termasuk di antaranya adalah 2 orang supir pengantar, 2 orang penggiling padi, dan 6 orang penjemur padi.

2. Struktur Organisasi UD Duma Harahap

Struktur organisasi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais ini senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan usaha. Tujuan di bentuknya struktur organisasi untuk menjadikan organisasi tersebut lebih fokus dan efisien. Adapun struktur organisasi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais adalah sebagai berikut:

Gambar IV. 1
Struktur Organisasi UD Duma Harahap



Sumber: Pemilik UD Duma Harahap

B. Hasil Analisi Data

1. Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan $(df) = n - 2$, jadi $df = 69 - 2 = 67$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Soal	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
1	0,711	Instrument valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 69 - 2 = 67$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,595		Valid
3	0,634		Valid
4	0,639		Valid
5	0,837		Valid
6	0,776		Valid
7	0,845		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas Kualitas Produk (X_1) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1997. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 7 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Soal	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
1	0,502	Instrument valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 69 - 2 = 67$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,552		Valid
3	0,512		Valid
4	0,600		Valid
5	0,658		Valid
6	0,534		Valid
7	0,445		Valid
8	0,583		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas Harga (X_2) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1997. Hal tersebut menunjukkan bahwa

pertanyaan 1 sampai 8 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Saluran Distribusi (X₃)

Soal	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
1	0,513	Instrument valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 69 - 2 = 67$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,528		Valid
3	0,518		Valid
4	0,625		Valid
5	0,632		Valid
6	0,538		Valid
7	0,435		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas Saluran Distribusi (X₃) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1997. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 7 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Soal	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
1	0,760	Instrument valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 69 - 2 = 67$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,699		Valid
3	0,185		Valid
4	0,722		Valid
5	0,548		Valid
6	0,791		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1997. Hal tersebut

menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 6 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak, jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Maka dapat dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk	0,841	7	<i>Reliable</i>
Harga	0,654	8	<i>Reliable</i>
Saluran Distribusi	0,605	7	<i>Reliable</i>
Keputusan Pembelian	0,674	6	<i>Reliable</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan nilai *Cornbach's Alpha* dari masing-masing variabel > 0,60. Sebagaimana yang dijelaskan maka dapat disimpulkan masing-masing variabel dinyatakan reliabel

2. Teknik Analisis Data

a. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil dari uji analisis statistik deskriptif pada Pengaruh Kualita Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD Duma Harahap sebagai berikut:

Tabel IV. 6
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K.Produk	69	21	35	27.91	3.841
Harga	69	20	39	30.46	3.546

S.Distribusi	69	18	34	26.77	3.154
K.Pembelian	69	15	29	22.07	3.309
Valid N (listwise)	69				

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.6 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maximum sebesar 35 dan nilai mean sebesar 27.91. Variabel Harga (X_2) memiliki nilai minimum sebesar 20, nilai maximum sebesar 39 dan nilai mean sebesar 30.46. Variabel Saluran Distribusi (X_3) memiliki nilai minimum sebesar 18 nilai maximum sebesar 34 dan nilai mean sebesar 26.77. Sedangkan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai minimum sebesar 15, nilai maximum sebesar 29 dan nilai mean sebesar 22.07

b. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Dalam penelitian uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*, sebagai berikut:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2.68940538
Most Extreme	Absolute	.079
Differences	Positive	.069
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2- tailed*) $0,200 > 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,1$.

Tabel IV.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.968	3.964		1.505	.137		
	K.Produk	.004	.087	.005	.046	.964	.986	1.014
	Harga	.794	.288	.851	2.755	.008	.107	9.385
	S.Distribusi	-.306	.323	-.292	-.946	.348	.107	9.341

a. Dependent Variable: K.Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

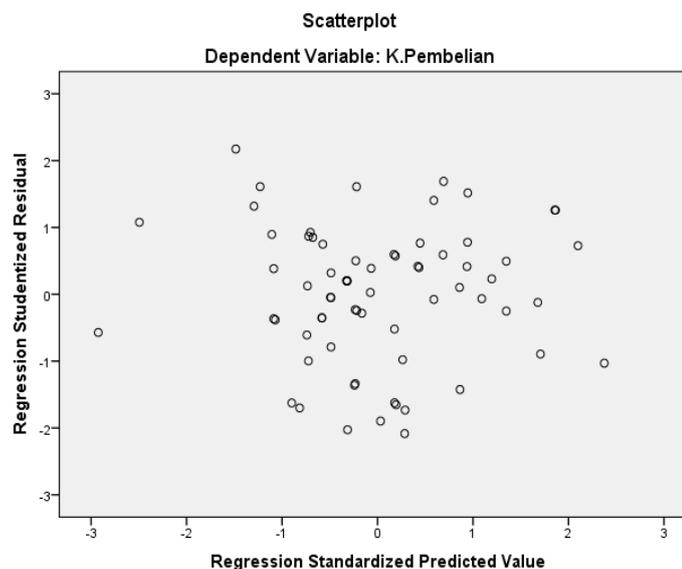
Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari variabel kualitas produk sebesar $0,986 > 0,1$, variabel harga sebesar

0,107 > 0,1 dan variabel saluran distribusi 0,107 > 0,1. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,1 sehingga dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel kualitas produk sebesar $1,014 < 10$, variabel harga sebesar $9,385 < 10$ dan variabel saluran distribusi sebesar $9,341 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Jika diamati dari hasil scatterplot diatas, titik-titik menyebar tidak beraturan dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan saluran distribusi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Analisis ini regresi linear berganda juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Tabel IV.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.968	3.964		1.505	.137
	K.Produk	.004	.087	.005	.046	.964
	Harga	.794	.288	.851	2.755	.008
	S.Distribusi	-.306	.323	-.292	-.946	.348

a. Dependent Variable: K.Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada table IV.11 diatas, maka persamaan regresi yang di gunakan adalah:

$$\text{Keputusan pembelian} = 5.968 + 0,004 \text{ KP} + 0,794 \text{ H} + -0,306 \text{ SD} + E 3,964$$

Maka berdasarkan persamaan regresi diatas, berikut adalah penjelasannya:

- a. Nilai konstanta adalah sebesar 5,968 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan saluran distribusi (X_3)

nilainya adalah 0, maka nilai keputusan pembelian (Y) nilainya adalah 5,968.

- b. Koefisien regresi variabel kualitas produk senilai 0,004 artinya apabila variabel kualitas produk ditambah 1 satuan, maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0,004 / ada hasil positif dari nilai. Koefisien bernilai positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian, semakin baik kualitas produk maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.
- c. Koefisien regresi variabel harga senilai 0,794 artinya apabila variabel harga ditambah 1 satuan, maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0,794 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara harga dengan keputusan pembelian, meningkat baik harga maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.
- d. Koefisien regresi variabel saluran distribusi senilai -0,306 artinya apabila variabel saluran distribusi makin baik ditambah 1, maka keputusan pembelian menurun sebesar -0,306 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai negatif antara saluran distribusi dengan keputusan pembelian, semakin tinggi saluran distribusi maka akan mengakibatkan semakin rendahnya keputusan pembelian.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variable independen yaitu kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara

individual dalam menjelaskan variasi dependen yaitu keputusan pembelian. Hasil uji parsial (Uji t) yang telah diolah dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel IV.13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.968	3.964		1.505	.137
K.Produk	.004	.087	.005	.046	.964
Harga	.794	.288	.851	2.755	.008
S.Distribusi	-.306	.323	-.292	-.946	.348

a. Dependent Variable: K.Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.13 diatas hasil uji parsial dapat diketahui bahwa jika nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 0,046 dan untuk t_{tabel} diperoleh dengan rumus $df = n-k-1$ atau $69-3-1 = 65$ sebesar 1,668636. Dengan demikian nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,046 < 1,668636$), artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi yaitu $0,964 > 0,1$. Maka H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima artinya tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.

Untuk variabel Harga adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,755 > 1,668636$). Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi yaitu $0,008 < 0,1$. Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya ada pengaruh harga terhadap keputusan

pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.

Untuk variabel saluran distribusi adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,946 > 1,668636$). Artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi yaitu $0,348 < 0,1$. Maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima artinya tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.

b. Hasil Uji Simultan (F)

Hasil uji Simultan (F) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.14
Hasil Uji Simultan F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	252.800	3	84.267	11.136	.000 ^b
Residual	491.837	65	7.567		
Total	744.638	68			

a. Dependent Variable: K.Pembelian

b. Predictors: (Constant), S.Distribusi, K.Produk, Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.14 diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 11,136 Sedangkan F_{tabel} $df_1 = k-1$ (3-1) dan $df_2 = n-k$ (69-3) dengan tingkat signifikan 0,2 dan F_{tabel} diperoleh dengan rumus $df = n-k-1$ atau $69-2-1 = 66$ yaitu sebesar 2,38, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,136 > 2,38$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas produk, harga, saluran distribusi terhadap keputusan

pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.

6. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Adapun hasil dari uji koefisien determinan dapat dilihat dari Tabel IV.12 sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 ^a	.339	.309	2.75077

a. Predictors: (Constant), S.Distribusi, K.Produk, Harga

b. Dependent Variable: K.Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data pada SPSS Versi 23

Dari Tabel IV. 12 diketahui bahwa besarnya R^2 (*R Square*) sebesar 0,339 atau sama dengan 33,9%. Nilai ini memiliki makna bahwa adanya hubungan antara variabel kualitas produk, harga, saluran distribusi terhadap keputusan pembelian beras kilang padi UD Duma Harahap sebesar 0,339. Nilai *R Square* pada tabel di atas 0,339 atau sama dengan 33,9% artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 33,9%. Sedangkan sisanya sebesar 66,1% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi

UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais
Berdasarkan hasil pembahasan hasil penelitiannya adalah sebagai berikut:

**1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras
Kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan
Angkola Muaratais.**

Hasil penelitian variabel kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian beras memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,004 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1 satuan meningkatkan keputusan pembelian beras sebesar 0,004 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,004 yang berarti lebih kecil dari 0,1 sedangkan di peroleh t_{hitung} sebesar 0,004 dan t_{tabel} sebesar 1,668636 artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sehingga H_0 diterima dan H_a di tolak. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian beras.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian terdahulu yaitu Opiq Nur Rohman yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak ada pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.³⁹

³⁹ Opiq Nur Rohman, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras di Toko ND Singa Para Cileunyi Kabupaten Bandung, (Skripsi: UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018).

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais

Hasil penelitian variabel kualitas harga (X_2) terhadap keputusan pembelian beras memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,794 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan harga sebesar 1 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian beras sebesar 0,794 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,794 yang berarti lebih besar dari 0,1 sedangkan di peroleh t_{hitung} sebesar 0,794 dan t_{tabel} sebesar 1,668636 artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a di terima Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian beras.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian terdahulu yaitu Choiryah Afyunita Sari yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁴⁰

⁴⁰ Choiryah Afyunita Sari, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi Kamo Di Desa Aek Badak Kecamatan Sayurmatangi Kabupaten Tapanuli Selatan), (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021)

3. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais

Hasil penelitian variabel saluran distribusi (X_3) terhadap keputusan pembelian beras memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,306 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan saluran distribusi sebesar 1 satuan meningkatkan keputusan pembelian beras sebesar -0,306 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Nilai signifikansi variabel saluran distribusi sebesar -0,306 yang berarti lebih kecil dari 0,1 sedangkan di peroleh t_{hitung} sebesar -0,946 dan t_{tabel} sebesar 1,668636 artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sehingga H_0 diterima dan H_a di tolak. Maka dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian beras.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian terdahulu yaitu Annes Munter, Hendra Jonathan Sibarani yang mengatakan bahwa bahwa saluran distribusi tidak berpengaruh positif dan dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.⁴¹

⁴¹ Annes Munter, Hendra Jonathan Sibarani, (Pengaruh Saluran Distribusi, Keunggulan Produk, Melalui Keputusan Pembelian Pada PT.Tasya Gasindo Medan), jurnal pradigma ekonomi, vol, 16, No. 1. 2021.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi UD Duma Haraha

Berdasarkan hasil uji jasimultan (uji F), diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,136 > 2,38$) yang mendukung hipotesis kedua, bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan terhadap pembelian beras. Nilai signifikansi variabel kualitas produk, harga dan saluran distribusi adalah 0,000 yang mengidentifikasi terhadap kualitas produk, harga dan saluran distribusi yang ada di kilang padi UD. Duma Harahap di desa paegumbangan.

terhadap keputusan pembelian beras memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,794 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan harga sebesar 1 satuan akan meningkatkan keputusan pembelian beras sebesar 0,794 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,794 yang berarti lebih besar dari 0,1 sedangkan di peroleh t_c sebesar 0,794 dan t_{tabel} sebesar 1,668636 artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a di terima Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian beras.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang padi UD Duma Harahap di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais.

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang dapat memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Kualitas dan saluran distribusi dalam penelitian ini tidak berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen beras kilang padi UD Duma Harahap. Diperlukan kejelasan untuk memilih atau menetapkan variabel penelitian yang sesuai dengan masalah penelitian agar hasil penelitian tidak biasa.
2. Metode yang dapat digunakan dalam penelitian ini masih perlu ditingkatkan dengan pendekatan jalur atau model SEM.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Kilang Padi UD Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais dengan metode analisis yang di keputusan pembelian. Sedangkan 66,1% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Beras kilang padi UD Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratai. Hal ini di buktikan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan dapat di simpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima.
2. Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Beras kilang padi UD Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Hal ini di buktikan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
3. Tidak ada pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian Beras kilang padi UD Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Hal ini di buktikan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan dapat di simpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima.

4. Ada pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian Beras kilang padi UD Duma Harahap Di Desa Pargumbangan Kecamatan Angkola Muaratais. Hal ini di buktikan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan semua tahapan-tahapan dan berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini ada beberapa saran yang peneliti rangkum untuk perbaikan penelitian di masa yang akan datang, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti sebagai syarat untuk melengkapi tugas-tugas dan syarat menjadi sarjana ekonomi islam serta mengembangkan ilmu pengetahuan peneliti tentang manajemen bisnis terutama tentang pengetahuan tentang judul yang telah diambil.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik ataupun berminat untuk mengangkat judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian agar menggali faktor-faktor selain faktor yang sudah dimuat dalam penelitian ini.
3. Bagi usaga kilang padi itu sendiri adalah supaya lebih meningkatkan kualitas produk dan harga yang ada pada kilang padi UD Duma Harahap agar membuat para pembeli/konsumen tidak beralih pada tempat lain dan selalu menjadi pembeli tetap pada kilang padi UD Duma Harahap.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Aditya Setyawan, Dodiet. *Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Bandung: CV Tahta Media Group. 2021.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia. 2021.
- Dolet Unaradjan Dominokus. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. 2019.
- Edy Wibowo, Agung. *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Insania. 2021.
- Eriyanto. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara. 2014.
- Fernando Dkk, Andrew. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis. 2021.
- Hardana Ali. Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil di Kota Padangsidempuan dan Tapanuli Selatan.
- Hermawan, Iwan. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran. 2019.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. n.d.
- Mukhtazar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media. 2020.
- Prayanto, Duwi. *SPSS Pengolahan Data Terpaksa*. Yogyakarta: CV . Andi Offest. 2014.
- Siregar, Sofyan. *Statistic Parametrik*. Jakarta: : PT. Bumi Aksara, 2013.
- Sry Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Sudarmanto, Gunawan. *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.

- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2011, n.d.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran, Cetakan 1, Edisi,*. Bogor: Galia Indonesia, 2011.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Wahyuni, Molly. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan SPSS Versi 25,*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020.

Sumber Jurnal:

- Amalia, Suri. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa," *Jurnal manajemen dan keuangan*, 9 (2017).
- Ginting Chistina Mitha, Ivo Maelina Silitonga, Pengaruh Pendapatan Dari Luar Perusahaan dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Properti and Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Manajem.* 2 (2019)
- Grace Haque Marisa. "Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis.* 21 (2020).
- Hardana Ali. "Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil di Kota Padangsidempuan dan Tapanuli Selatan". *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman.* 1 (2018)
- Hardana Ali, Jafar Nasution, Arti Damisa," Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan". *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah,* 7 (2019)
- Hardana Ali, Jafar Nasution, Arti Damisa,"Pengaruh Rasio Keuangan Keuangan Pemerintah Daerah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia,"*Jurnal Ilmiah Mukti Disiplin,* 5 (2022)
- Koko Safitri, Setiawan Wawan. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi.* 3 (2019).

- Moch Khoirul Anwar, Firjza Oktavia Nurul Kumala. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt. Hasanah Mulia Investama," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 3 (2020).
- Moh Syukur, Krismiyati and Sri Handayani. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premim Perum Bulog Kantor Cabang Biak," *jurnal, Manajemen dan Bisnis*. 4 (2020).
- Nasution Fadlilah, Hamni. "Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada Febi Iain Padangsidempuan)," *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. 4 (1).
- Nasution, M. Amri. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtra Medan," *Jurnal warta*. 2019.
- Nazmi, Hendra. "Pengaruh Pronmosi Penjualan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepurusan Pembelian Furing Prima Pada PT. Biru Indikon," *Jurnal riset manajemen dan analisis bisnis (JRMB)*. 6 (2021).
- Rahmat Hidayat, Azmiani Batubara. "(Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada PSA Mihin Lanka Airlines," *Jurnal ilman*, 4 (2016).
- Rohmat Hasanul Ahwal, Yni Dahliani. "(Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember)," *jurnal inovasi penelitian*. 2 (2021).
- Rosmaita, Mela, and Apriza Putri Roamayani. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Mengenai Ukm (Survei Pada Kue Bangkit 'Syempana' Di Kota Pekanbaru)," *jurnal valuta*, 4 (2018).
- Yazia, Vivil. "Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blacbarry Center Veteran Padang)," *Jurnal of economic and economic*. 2 (n.d.).

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Correlations

	Kp1	Kp2	Kp3	Kp4	Kp5	Kp6	Kp7	Total
Kp 1 Pearson Correlation	1	.401**	.332**	.361**	.598**	.542**	.527**	.711**
1 Sig. (2-tailed)		.001	.005	.002	.000	.000	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Kp 2 Pearson Correlation	.401**	1	.207	.113	.413**	.420**	.439**	.595**
2 Sig. (2-tailed)	.001		.089	.354	.000	.000	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Kp 3 Pearson Correlation	.332**	.207	1	.356**	.501**	.513**	.407**	.634**
3 Sig. (2-tailed)	.005	.089		.003	.000	.000	.001	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Kp 4 Pearson Correlation	.361**	.113	.356**	1	.522**	.345**	.474**	.639**
4 Sig. (2-tailed)	.002	.354	.003		.000	.004	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Kp 5 Pearson Correlation	.598**	.413**	.501**	.522**	1	.559**	.639**	.837**
5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Kp 6 Pearson Correlation	.542**	.420**	.513**	.345**	.559**	1	.640**	.776**
6 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000		.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Kp 7 Pearson Correlation	.527**	.439**	.407**	.474**	.639**	.640**	1	.845**
7 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Total Pearson Correlation	.711**	.595**	.634**	.639**	.837**	.776**	.845**	1
al Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	69	69	69	69	69	69	69	69

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Hrg1	Hrg2	Hrg3	Hrg4	Hrg5	Hrg6	Hrg7	Hrg8	Total
Hrg 1 Pearson Correlation	1	.246*	.277*	.373**	.218	.255*	-.050	.159	.502**
1 Sig. (2-tailed)		.041	.021	.002	.071	.035	.685	.192	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Hrg 2 Pearson Correlation	.246*	1	.197	.150	.274*	.278*	.024	.262*	.552**
2 Sig. (2-tailed)	.041		.105	.218	.023	.021	.847	.030	.000

N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Hrg Pearson Correlation	.277*	.197	1	.366**	.108	.174	.052	.113	.512**
3 Sig. (2-tailed)	.021	.105		.002	.376	.152	.673	.356	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Hrg Pearson Correlation	.373**	.150	.366**	1	.509**	.290*	.008	.123	.600**
4 Sig. (2-tailed)	.002	.218	.002		.000	.015	.946	.314	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Hrg Pearson Correlation	.218	.274*	.108	.509**	1	.308*	.244*	.241*	.658**
5 Sig. (2-tailed)	.071	.023	.376	.000		.010	.043	.047	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Hrg Pearson Correlation	.255*	.278*	.174	.290*	.308*	1	.032	.264*	.534**
6 Sig. (2-tailed)	.035	.021	.152	.015	.010		.797	.028	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Hrg Pearson Correlation	-.050	.024	.052	.008	.244*	.032	1	.291*	.445**
7 Sig. (2-tailed)	.685	.847	.673	.946	.043	.797		.015	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Hrg Pearson Correlation	.159	.262*	.113	.123	.241*	.264*	.291*	1	.583**
8 Sig. (2-tailed)	.192	.030	.356	.314	.047	.028	.015		.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Tot Pearson Correlation	.502**	.552**	.512**	.600**	.658**	.534**	.445**	.583**	1
al Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Sd1	Sd2	Sd3	Sd4	Sd5	Sd6	Sd7	Total
Sd Pearson Correlation	1	.246*	.277*	.373**	.197	.255*	-.050	.513**
1 Sig. (2-tailed)		.041	.021	.002	.104	.035	.685	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Sd Pearson Correlation	.246*	1	.197	.150	.254*	.278*	.024	.528**
2 Sig. (2-tailed)	.041		.105	.218	.035	.021	.847	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Sd Pearson Correlation	.277*	.197	1	.366**	.083	.174	.052	.518**
3 Sig. (2-tailed)	.021	.105		.002	.498	.152	.673	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69
Sd Pearson Correlation	.373**	.150	.366**	1	.488**	.290*	.008	.625**

4	Sig. (2-tailed)	.002	.218	.002		.000	.015	.946	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69
Sd	Pearson Correlation	.197	.254*	.083	.488**	1	.280*	.234	.632**
5	Sig. (2-tailed)	.104	.035	.498	.000		.020	.053	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69
Sd	Pearson Correlation	.255*	.278*	.174	.290*	.280*	1	.032	.538**
6	Sig. (2-tailed)	.035	.021	.152	.015	.020		.797	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69
Sd	Pearson Correlation	-.050	.024	.052	.008	.234	.032	1	.435**
7	Sig. (2-tailed)	.685	.847	.673	.946	.053	.797		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69
Tot	Pearson Correlation	.513**	.528**	.518**	.625**	.632**	.538**	.435**	1
al	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69	69

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Kpem1	Kpem 2	Kpem 3	Kpem 4	Kpem 5	Kpem 6	Total
Kpem 1	1	.513**	.021	.409**	.288*	.657**	.760**
Pearson Correlation		.000	.866	.000	.017	.000	.000
Sig. (2-tailed)		69	69	69	69	69	69
N							
Kpem 2	.513**	1	-.074	.390**	.175	.585**	.699**
Pearson Correlation		.000	.543	.001	.150	.000	.000
Sig. (2-tailed)		69	69	69	69	69	69
N							
Kpem 3	.021	-.074	1	.028	-.203	-.012	.185
Pearson Correlation		.866	.543	.821	.094	.920	.129
Sig. (2-tailed)		69	69	69	69	69	69
N							
Kpem 4	.409**	.390**	.028	1	.392**	.422**	.722**
Pearson Correlation		.000	.001	.821	.001	.000	.000
Sig. (2-tailed)		69	69	69	69	69	69
N							

Kpem 5	Pearson Correlation	.288*	.175	-.203	.392**	1	.287*	.548**
	Sig. (2-tailed)	.017	.150	.094	.001		.017	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Kpem 6	Pearson Correlation	.657**	.585**	-.012	.422**	.287*	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.920	.000	.017		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69
Total	Pearson Correlation	.760**	.699**	.185	.722**	.548**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.129	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.674	6

Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K.Produk	69	21	35	27.91	3.841
Harga	69	20	39	30.46	3.546
S.Distribusi	69	18	34	26.77	3.154
K.Pembelian	69	15	29	22.07	3.309
Valid N (listwise)	69				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68940538
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.069
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

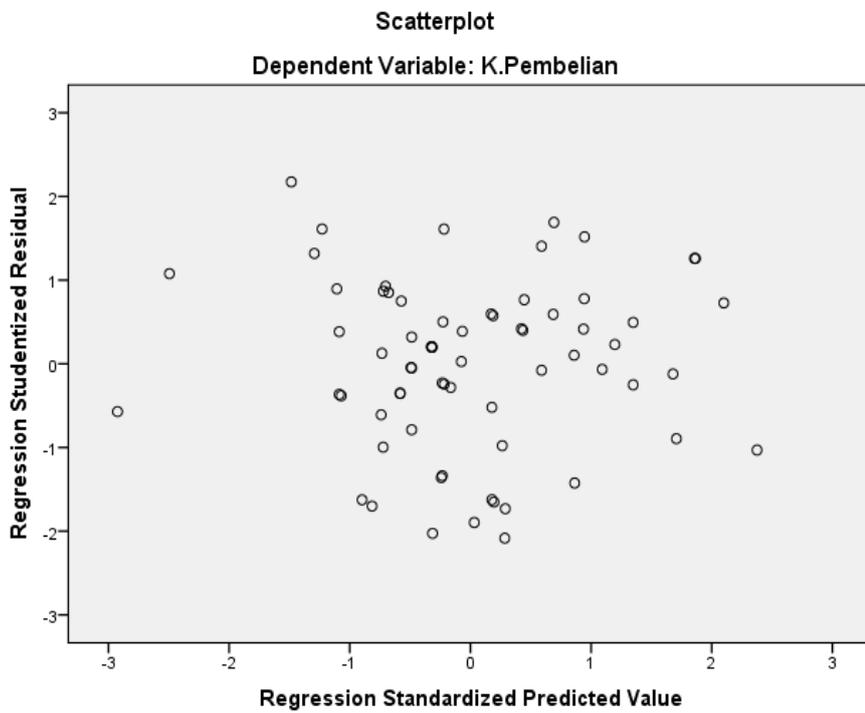
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.968	3.964		1.505	.137		
K.Produk	.004	.087	.005	.046	.964	.986	1.014
Harga	.794	.288	.851	2.755	.008	.107	9.385
S.Distribusi	-.306	.323	-.292	-.946	.348	.107	9.341

a. Dependent Variable: K.Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.968	3.964		1.505	.137
K.Produk	.004	.087	.005	.046	.964
Harga	.794	.288	.851	2.755	.008
S.Distribusi	-.306	.323	-.292	-.946	.348

a. Dependent Variable: K.Pembelian

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 ^a	.339	.309	2.75077

a. Predictors: (Constant), S.Distribusi, K.Produk, Harga

b. Dependent Variable: K.Pembelian

Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.968	3.964		1.505	.137
K.Produk	.004	.087	.005	.046	.964
Harga	.794	.288	.851	2.755	.008
S.Distribusi	-.306	.323	-.292	-.946	.348

a. Dependent Variable: K.Pembelian

Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	252.800	3	84.267	11.136	.000 ^b
Residual	491.837	65	7.567		
Total	744.638	68			

a. Dependent Variable: K.Pembelian

b. Predictors: (Constant), S.Distribusi, K.Produk, Harga