

SKRIPSI
PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
***HOME INDUSTRY* ANEKA CAMILAN RIZKY**

SKRIPSI

Di ajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Rizki Eka Prasetyo

NIM. 214121723

PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG

2018

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HOME INDUSTRY ANEKA CAMILAN RIZKY**

ABSTRAK

Potensi besar dari bisnis camilan tidak hanya terletak pada rasa dan keanekaragaman saja, adanya *competitor* (pesaing) juga perlu untuk diwaspadai. Sehingga produk yang ditawarkan oleh perusahaan harus memiliki nilai lebih dibanding produk pesaing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah produk, harga, dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Apakah produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Dengan berpedoman pada kajian teoritis dan landasan empiris, metode regresi linear berganda digunakan sebagai alat analisis untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini diperoleh secara *Probability Sampling* menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, jumlah sampel yang diambil sebanyak 80 responden. Pada penelitian ini, secara parsial ditemukan adanya pengaruh yang signifikan dari faktor produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, sedangkan saluran distribusi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Secara simultan produk, harga dan saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Hasil pengujian koefisien determinasi (*R square*) menunjukkan bahwa 36,5% keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky dipengaruhi oleh faktor Produk (X_1), Harga (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3), sedangkan 63,5% keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti: *Promotion* (Promosi), *People Partisipan* (Pelayanan), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik) sehingga untuk mengetahui peningkatan keputusan pembelian konsumen terhadap produk camilan ini, perlu dikembangkan variabel-variabel lain oleh peneliti berikutnya.

Kata Kunci: Produk, Harga, Saluran Distibusi, dan KeputusanPembelian.

**THE EFFECT OF PRODUCT, PRICE, DISTRIBUTION
CHANNEL TO THE PURCHASE DECISION OF PRODUCT
HOME INDUSTRY VARIOUS SNACKS RIZKY**

ABSTRAK

The study purpose determine to know influence of product, price and distribution channel to the purchase decision of product home industry various snacks rizky or partially and simultaneously to the purchase decision of snacks various rizky ini helmet kebonyayur jatigono village. Research method in study used this is analysis technique multiple linear regression. This research is a quantitative research, by looking for associative association that is causal or research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. The analysis used in this research is multivariate analysis that is multiple linear regression analysis, and sampling method used in this research is taken by Probability Sampling with Simple Random Sampling technique, consist of 3 (three) independent variable and 1 (one) dependent variable, sample size taken 20 samples x 4 variables = 80 sample members. Meanwhile, the result of determination coefficient (R Square) obtained is 0,365, it shows that 36,5% Purchasing Decision of Home Industry Rizky snack product can be explained by independent variable (X) that is: Product, Price, and Distribution Channel, while the rest as much as 63.5% Purchase Decision is influenced by other variables not examined in this study. This research is only limited to the influence of independent variables (X), namely: Product, Price and Distribution Channel to the dependent variable (Y), namely: Purchase Decision, so that other variables not examined in this study, is expected to be examined by further researchers.

Keywords: Product, Price, Distribution Channel, and Purchase Decision.