

**DAMPAK PROMOSI, DIVERSIFIKASI PRODUK, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAAP PADA
DISTRIBUTOR PT. TEKAD KARYA PUTERA LUMAJANG DI AREA
PASIRIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



FERDY RAKHMAD

NIM. 215122197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak promosi, diversifikasi, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner terhadap keputusan pembelian produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera di area Pasirian yang berjumlah 60 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan secara simultan dengan koefisien determinan sebesar 37,9%. Sedangkan sisanya 62,1% pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial promosi dan diversifikasi produk tidak berpengaruh sedangkan saluran distribusi berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan PT. Tekad Karya Putera sebaiknya lebih memperhatikan promosi dan diversifikasi produk, sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan, pada saluran distribusi lebih ditingkatkan lagi agar masyarakat banyak yang memutuskan untuk membeli produk mie sedaap.

Kata kunci: Promosi, Diversifikasi, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study discusses about promotion, diversification, and distribution of product purchasing decisions both partially and simultaneously. This study uses primary data obtained from the results of filling out questionnaires on the decision to purchase noodle products at the distributor PT. The determination of Karya Putera in the Pasirian area was arrested by 60 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis show that the distribution channel has a positive and significant influence on decision making simultaneously with determinant cofesiveness of 37.9%. While the remaining 62.1% did not agree in this study. Partial promotion and product diversification are not in accordance with the stipulated distribution provisions partially towards decision making. Based on the results of this study, the proposal of PT. Tekad Karya Putera further agreed on product promotion and diversification, so that it can influence decision making, in further distribution distribution so that more people decide to buy noodle products as quickly as possible.

Keywords: *Promotion, Diversification, Distribution Channels, Purchasing Decisions*