PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI KERAJINAN KAYU PADA UD. FIRDHAUSI KECAMATAN MOJOWARNO KABUPATEN JOMBANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :
IKA NURUL KHASANAH
NPM: 11.1.02.02.0043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh:

IKA NURUL KHASANAH
NPM: 11.1.02.02.0043

Judul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI KERAJINAN KAYU PADA UD. FIRDHAUSI KECAMATAN MOJOWARNO KABUPATEN JOMBANG

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 03 Juli 2015

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. Sugiono, SPd., M.M	Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M
NIDN. 0014015706	NIDN. 0704047301

Skripsi oleh:

IKA NURUL KHASANAH
NPM: 11.1.02.02.0043

Judul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI KERAJINAN KAYU PADA UD. FIRDHAUSI KECAMATAN MOJOWARNO KABUPATEN JOMBANG

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Jurusan Manajemen FE UNP Kediri
Pada tanggal: 27 Agustus 2015

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Ema Nur Zainul H, S.E., M.M
2. Penguji I : Dra. Puji Astuti, M.M, M.S.i.
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI KERAJINAN KAYU PADA UD. FIRDHAUSI KECAMATAN MOJOWARNO KABUPATEN JOMBANG

Ika Nurul Khasanah
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
iikaink521@gmail.com
Prof. Dr. Sugiono, SPd., M.M dan Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan distribusi terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi kecamatan mojowarno kabupaten jombang. Dimana variabel independen yaitu harga, kualitas produk, dan distribusi mempengaruhi minat konsumen sebagai variabel dependen.

Penelitian ini dilakukan di UD. Firdhausi Dusun Gayam Desa Selorejo Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kasual assosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dal;am penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi dan sampel yang digunakan berjumlah 40 responden dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *teknik incidental* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis F dan uji hipotesis t. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel harga, kualitas produk, dan distribusi berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen. Besarnya kontribusi dari keempat variabel bebas tersebut terhadap minat kosumen adalah 97%, sedangkan sisanya 3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Variabel-variabel harga, kualitas produk, dan distribusi memiliki pengaruh parsial terhadap minat konsumen ditunjukkan dari nilai uji-t signifikan terhadap setiap variabel. Kesimpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga, kualitas produk, dan distribusi baik secara simultan maupun parsial terhadap minat konsumen. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel harga lalu kualitas produk, sedangkan variabel yang paling rendah adalah distribusi. Saran penulis adalah untuk meningkatkan minat konsumen dapat dilakukan dengan cara peningkatan harga yang bersaing, kualitas produk yang beragam, dan perluasan pendistribusian produk.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Distribusi, Minat Konsumen

I. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan usaha bisnis semakin meningkat pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Tak terkecuali pada usaha produksi dan penjualan kerajinan kayu di Kabupaten Jombang. Kerajinan kayu di Kabupaten Jombang kebanyakan merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kondisi perkembangan industri kerajinan kayu yang sangat pesat ini mendorong perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing.

Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan harus memikirkan cara agar produknya mempunyai nilai lebih dan semakin diminati konsumen. Kreativitas dalam menciptakan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen tentu akan sangat diperlukan agar konsumen tetap berminat untuk membeli produk tersebut. Sehubungan dengan itu perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang bagus dalam menentukan segmen pasar yang ingin diraih, harga, produk yang bersaing serta kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli suatu produk, seperti harga, kualitas produk, dan distribusi. Produk merupakan sesuatu yang penting baik bagi perusahaan maupun konsumen. Produk pada dasarnya ada dua macam yaitu barang dan jasa. Barang atau jasa sebenarnya tidak hanya berkaitan fisik, tetapi juga dengan hal-hal atau atribut yang melekat didalamnya. Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Komponen atribut produk terdiri dari: desain produk, warna, merk, kemasan, label, harga, kualitas, pelayanan, perlengkapan, dan garansi.

Bagi pengusaha produk dipandang sebagai sesuatu yang dihasilkan dan kemudian ditawarkan kepada konsumen. Konsumen memandang produk sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah yang dihadapi. Produk yang baik harus sesuai dengan selera konsumen dan mampu menghasilkan laba bagi perusahaan. Dan perusahaan juga perlu mengembangkan produknya agar dapat mengikuti perkembangan jaman dan perubahan selera konsumen.

Tujuan perusahaan memproduksi suatu produk secara umum adalah diterimanya produk tersebut dengan baik oleh konsumen. Salah satu upaya agar produk yang dihasilkan dapat diterima konsumen adalah dengan melaksanakan secara tepat dan terpadu sesuai dengan situasi dan kondisi perusahaan. Adapun yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dan kegiatan produksi adalah harga, kualitas produk, dan distribusi yang dihasilkan oleh perusahaan.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh karena itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar meningkat.

Selain memperhatikan harga perusahaan juga harus memperhatikan kualitas produk. Karena dengan kualitas produk perusahaan bisa menentukan harga. Dan dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, dan nampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Swasta dan Handoko (2000: 21) menjelaskan bahwa “kualitas

ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidak ketergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya)". Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kesesuain atau kepuasan konsumen atas suatu produk. Kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis produk dan jasa. Kualitas produk telah menjadi bagian kekuatan yang penting yang membuahkan keberhasilan suatu pemasaran.

Selain harga, kualitas produk perusahaan perlu juga memperhatikan distribusi atau saluran distribusi sebagai fungsi yang harus dilakukan untuk memasarkan produk atau hasil produksi perusahaan secara efektif.

Menurut Angipora (2002: 295) "Distribusi atau saluran distribusi adalah suatu jalur yang harus dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke pemakai". Hal ini sangat penting guna menghilangkan jurang pemisah antara perusahaan dengan konsumen akhir, karena hampir setiap perusahaan memerlukan saluran dagang didalam menyampaikan barang-barang hasil produksinya ke tangan konsumen. Karena konsumen menginginkan barang cepat sampai tempat yang terjangkau dan menarik, sedangkan perusahaan menginginkan tempat yang baik barang tidak tertahan lama.

Dalam sistem distribusi, perusahaan sering menggunakan perantara sebagai penyalur dari hasil produknya agar sampai ketangan konsumen serta memberikan pelayanan kepada konsumen. Tentang pemilihan distribusi yang akan digunakan harus mendapatkan perhatian tersendiri, karena dengan tidak tepatnya dalam pemilihan tipe distribusi yang digunakan maka usaha-usaha penjualan terhadap produk perusahaan tidak akan tercapai. Distribusi yang tidak lancar serta tidak langsung akan mendorong konsumen merasa

kecewa dengan kekosongan produk perusahaan dipasaran, tetapi apabila distribusi lancar maka akan memberikan sumbangan yang besar kepada perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup pada perusahaan.

II. METODE

Minat Konsumen

Secara umum, pengertian dari minat konsumen adalah suatu keinginan, kehendak, dan kesukaan seseorang. Suatu bisnis usaha harus terlebih dahulu melakukan penelitian produk-produk apa saja yang diinginkankan dan dibutuhkan konsumen.

Pengertian minat beli konsumen menurut Durianto (2003: 104) "sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu". Pendapat ini mengandung maksut bahwa minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Pengetahuan akan minat beli sangat diperlukan para pemasar untuk mengetahui minat konsumen terhadap suatu produk maupun untuk memprediksikan penolakan konsumen di masa mendatang.

menurut Keller (2003: 158) minat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya.

pengertian dari minat konsumen adalah suatu keinginan, kehendak, dan kesukaan seseorang. Suatu bisnis usaha harus terlebih dahulu melakukan penelitian produk-produk apa saja yang diinginkankan dan dibutuhkan konsumen.

Harga

Harga pada umumnya merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen atas produk atau jasa yang dibeli. Harga ini seringkali menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Untuk itu penentuan harga haruslah dipertimbangkan dengan tepat agar konsumen merasa keputusan pembelian yang dilakukan tidak merugikan konsumen.

Menurut Sastradipoera (2003: 141) "Harga adalah hasil pertemuan dari transaksi barang atau jasa yang dilakukan oleh permintaan dan penawaran di pasar".

Menurut Peter dan Olson (2003: 220) menjelaskan bahwa harga adalah "elemen yang paling tidak umum dari buran pemasaran. Harga adalah satu-satunya elemen yang

berkaitan dengan pendapatan.Dilihat dari sudut pandang konsumen, harga didefinisikan sebagai apa yang harus diserahkan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa".

Kualitas Produk

Kualitas merupakan keadaan produk yang berhubungan dengan barang maupun jasa berupa kinerja, keandalan, keistimewaan, keawetan, dan keindahan yang memenuhi bahkan melebihi harapan seseorang. Secara umum kualitas merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk menguasai pasar. Sedangkan bagi masyarakat kualitas adalah alat ukur sekaligus cara seseorang dalam mencapai kepuasan.

Kualitas produk pada suatu proses penjualan merupakan salah satu tujuan penting bagi sebagian besar organisasi mengingat penilaian kepuasan konsumen sebagian besar dinilai dari kualitas produk baik berupa barang maupun jasa tersebut. Untuk itu perusahaan yang menawarkan produk dibebani tanggung jawab untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas secara maksimal bagi pelanggan.

Sedangkan Nasution (2004: 19) kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Menurut pendapat Goetsch dan Davis (2002: 4) menjelaskan "kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Bagi sebagian perusahaan, meningkatkan kualitas atau mutu berarti menggunakan pengendalian kualitas atau mutu yang lebih baik untuk mengurangi cacat yang akan mengecewakan konsumen. Banyak perusahaan yang menjadikan kualitas atau mutu sebagai senjata yang ampuh dimana kualitas atau mutu yang bagus dapat meningkatkan keunggulan lebih dari pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Distribusi

Dalam suatu perusahaan distribusi sangatlah penting, karena kesalahan dalam memilih distribusi dapat memperlambat usaha penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Menurut Angipora (2002: 295) distribusi atau saluran distribusi adalah suatu jalur yang harus dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhir a sampai ke pemakai.

Sedangkan menurut Saladin (2004: 153) mendefinisikan, saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi.

Dari kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahan untuk menyalurkan produknya agar dapat sampai ke tangan pemakai atau konsumen yang tepat. Dan sehingga kegiatan perusahaan yang menyangkut pendistribusian dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan yang ditetapkan

Penelitian Terdahulu

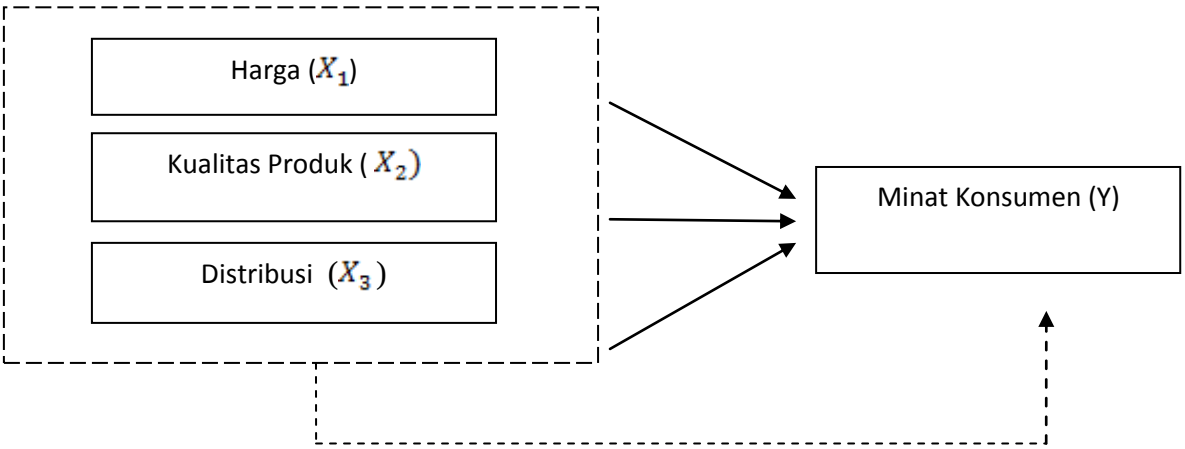
Penelitian terdahulu yang dipakai sebagai referensi :

1. Milad Naufal Akbar, 2011. Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada PT. Nadira Prima di Semarang.
2. Alfa Adi Gunawan, 2011. Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Obat Batuk Vicks Formula 44 di Swalayan ADA di Semarang (Studi Pada Awalayan ADA Siliwangi).
3. Ikanita Novirina Sulistyarini, 2012. Analisi Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame.
4. Ahmad Khumaidi,2013. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Teh Celup Sariwangi di Kampung MUK Cengkareng Jakarta.

Semua penelitian diatas menggunakan teknik analisis regresi dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan antara variabel independen dan dependen.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori, maka dapat disusun kerangka konseptual, seperti tersaji dalam gambar dibawah ini:



Hipotesis

H_1 : Ada pengaruh signifikan harga terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

H_2 : Ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

H_3 : Ada pengaruh signifikan distribusi terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

H_4 : Ada pengaruh antara harga, kualitas produk, distribusi terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

Identifikasi Variabel Penelitian

a. Variabel Dependen (variabel terikat)

   Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Konsumen (Y).

b. Variabel Independen (variabel bebas)

   Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah: Harga

   1. X_1: harga

2. X_2: kualitas Produk
3. X_3: Distribusi

Definisi Operasional Variabel

a. Harga (X_1) adalah hasil pertemuan dari transaksi barang atau jasa yang dilakukan oleh permintaan dan penawaran di pasar. Indikator untuk mengukur variabel harga menurut Sastradipoera (2003: 141) adalah :
   1. Elastisitas Permintaan
   2. Struktur Biaya
   3. Persaingan
   4. Keadaan Perekonomian
   5. Sasaran yang Ingin Dicapai
b. Kualitas Produk ($X_{2)}$ adalah produk yang sesuai dengan yang diisyaratkan atau di standarkan. Indikator untuk mengukur variabel kualitas produk Nasution (2004: 19) adalah :
   1. Daya Tahan
   2. Estetika
   3. Kualitas yang Dipersiapkan
   4. Keistimewaan
   5. Kesesuaian
   6. Kinerja
   7. Keandalan
   8. Pelayanan
c. Distribusi ($X_{3)}$ adalah Distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa. Indikator untuk mengukur variabel distribusi menurut Saladin (2004: 153) adalah :
   1. Tempat
   2. Waktu
   3. Bentuk
   4. Informasi
d. Minat Konsumen (Y) adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek yang lain. Minat Konsumen membeli kerajinan kayu adalah dorongan keinginan dari orang atau individu untuk membeli kerajinan kayu yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi

kebutuhannya. Indikator untuk mengukur Minat Konsumen menurut Keller (2003:158) adalah:

1. Rangsangan
2. Kesadaran
3. Pencarian Informasi
4. Pemilihan Alternatif

Teknik dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian menggunakan penelitian kasual assosiatif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada UD. Firdhausi Dusun Gayam Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Dan penelitian dilakukan selama 4 bulan dimulai pada tanggal 1 April sampai 31 Juli 2015.

Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan penelitian ini melakukan analisis *multivariate* (korelasi). Menurut sugiyono (2014: 85) menentukan ukuran jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Karena jumlah variabel penelitian ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel ditetapkan = 10 X 4 = 40 responden. Hal ini dianggap sudah mewakili karena sesuai dengan standar minimal.

Instrumen Penelitian

Dalam pengukuran ini menggunakan skala pengukuran Likert. Menurut Sugiyono (2014: 93) “skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Untuk keperluan analisis kuantitatir, maka jawaban itu dapat diberi skor.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu menggunakan :

1. Study Lapangan (*File Research*)
2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Adapun studi kepustakaan yang dilakukan penulis sebagai berikut :

1. Metode Angket/Kuisioner
2. Wawancara
3. Observasi

Uji instrument

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011:47) reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen).Dilakukan dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen.

b. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011:139), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan penganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan melakukan Uji *Durbin-Watson* (*DW test*) (Ghozali, 2011: 110).

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011: 165).

Metode Analisis Data

1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

   Analisis regresi berganda yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2009:320) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

   Keterangan:

   Y = Minat Konsumen

   X_1 = Harga

   X_2 = Kualitas produk

   X_3 = Distribusi

   β_0= Bilangan konstanta

   β_1 = Koefisien regresi Harga

   β_2 = Koefisien regresi Kualitas Produk

   β_3 = Koefisien regresi distribusi

   e = Standar eror

2. **Koefisien Determinasi (R^2)**

   Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:97).

3. **Uji Hipotesis**

   a. **Uji t (Parsial)**

      Ghozali (2011: 98), uji t pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Ghozali (2011:98), uji F pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

UD. Firdhausi merupakan usaha yang bergerak dibidang produksi kerajinan kayu. UD. Firdhausi terletak di Dusun Gayam Desa Selorejo Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Tempat UD. Firdhausi ini sangatlah strategis karena berada di pinggir jalan raya Jombang Mojokerto. Usaha ini didirikan oleh Bapak Ahmad Rohim dan Ibu Cahyani. Produk-produk yang dihasilkan merupakan desain sendiri dan dibuat dalam bentuk produk seperti pigora kayu, kursi, meja, kusen, daun pintu serta berbagai macam bentuk sesuai dengan keinginan konsumen. Adapun harga yang ditetapkan untuk masing - masing produk tersebut sangatlah beragam tergantung dari tingkat kesulitan pembuatan serta kualitas dan kuantitas bahan baku yang digunakan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari hasil uji alat ukur yang mengukur variabel penelitian, semua variabel penelitian dinyatakan valid dan reliable sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa gambar *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Fakta untuk membuktikan bahwa produk regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang harga, kualitas produk, distribusi dan minat konsumen adalah menyebar diantara garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji multikolinearitas yang telah dilakukan diperoleh hasil diketahui bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas. Kriteria tidak terjadi multikolinearitas

adalah nilai VIF kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1.

c. **Uji Autokorelasi**

Nilai durbin watson (dw) yang dihasilkan adalah 1,812. Nilai du (3,40) =1,66 sehingga 4 - du= 4 - 1,66 =2,34. Dengan demikian dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara du <d < 4- du maka 1,812 lebih besar dari 1,66 dan kurang dari 2,34 sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

d. **Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang harga, kualitas produk dan distribusi tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap Minat konsumen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Ringkasan hasil regresi linier berganda pada kelima variabel dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$\mathbf{Y = 1{,}656 + 0{,}412X_1 + 0{,}329\ X_2 + 0{,}282\ X_3}$$

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* , dan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,970**.** Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh harga, kualitas produk, distribusi terhadap minat konsumen adalah sebesar 97%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 3% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan teknik statistic uji F dan uji t. Dari hasil uji tersebutdapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan distribusi memiliki pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

Pembahasan

Secara umum penelitian ini memberikan hasil yang memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa harga, kualitas produk , distribusi serta minat konsumen sudah sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan dari responden terhadap kondisi dari masing – masing variabel. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Kotler (2007:236), yang menyatakan bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian terhadap sebuah produk adalah kualitas produk itu sendiri, harga dari produk tersebut dan distribusi dari produk tersebut.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga, kualitas produk, dan distribusi baik secara parsial maupun terhadap minat konsumen membeli kerajinan kayu pada UD. Firdhausi Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

Implikasi

Implikasi teoritis: Harga, kualitas produk, dan distribusi yang bagus tentu akan disambut positif oleh para pelanggan dalam bentuk meningkatnya minat beli konsumen dari para konsumen. Hal ini tentu saja konsisten dengan teori yang dikemukakan Kotler (2007:67).

Implikasi praktis: Untuk meningkatkan minat konsumen agar tidak pindah ke lain produk maka, UD. Firdhausi harga, kualitas produk, dan distribusi perlu ditingkatkan lebih baik lagi.

Saran

Faktor kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di BC Yulis Mawaddaty Pare, maka kepada BC Yulis Mawaddaty Pare harus bisa mempertahankan hal tersebut bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi menjadi lebih baik dari sebelumnya.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran.* Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi*. Jakarta: FEUI.

Berman, Berry dan Joel R. Evans. 2001. *Retail Management A Strategic Approach.* New Jersey: Pretice Hall.

Boone, E. Louise & David L. Kurtz. 2002. *Pengantar Bisnis Edisi satu* (jilid 2). Terjemahan Fadrinsyah Anwar. Jakarta: Erlangga.

Churchill, A. Gilbert. 2005. *Basic Marketing Research, Fourth Editio,* Edisi Bahasa Indonesia. Jakart: Erlangga.

Durianto, Darmadi. 2003 *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Elim, J. 2002. *Kendali Mutu Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goetsch, L. David & Davis, B. Stanley. 2002. *Pengantar Manajemen Mutu 2 Edisi Bahasa Indonesia.* Jakarta: PT. Prenhalindo.

Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management, Building, Measuring, & Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran* (jilid 1&2). Jakarta: PT. Indeks.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat. Terjemahan Fadrinsyah Anwar. Jakarta: Erlangga.

Nasution. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu Edisi Revisi*. Bogor: PT. Gahlia Indonesia.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2003. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Empat*. Jakarta: Erlangga.

Saladin, D. 2004. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Peranan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.

Sastradipoera, Komaruddin. 2003. *Manajemen Marketing Edisi Pertama.* Bandung: Kappa-Sigma.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyono. 2000. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Swasta, Basu dan Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa, dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.

Akbar, Milad Naufal. 2011. *Pengaruh produk, Persepsi Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada PT. NADIRA PRIMA di Semarang.* Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Gunawan, Alfa Adi. 2011. *Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Obat Batuk Vicks Formula 44 di Swalayan Ada di*

Semarang (studi pada swalayan ada Siliwangi . Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Sulistyarini, Ikanita Novirina. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame.* Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Khumaidi, Ahmad. 2013. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Celup Sariwangi di Kampung MUK Cengkareng Jakarta.* Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.