



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK ORGANIK UD CAKRA PALAWIJA
DESA KEPUH KECAMATAN PAPAR KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Manajemen UN PGRI Kediri



Oleh :

DWI ANDHIK KURNIAWAN

12.1.02.02.0053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2016

Skripsi Oleh :

DWI ANDHIK KURNIAWAN

NPM : 12.1.02.02.0053

Judul :

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK
ORGANIK UD CAKRA PALAWIJA DESA KEPUH
KECAMATAN PAPAR KABUPATEN KEDIRI**

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 25 Juli 2016

Pembimbing I,



Prof. Dr. Sugiono. M.M
NIDN. 14015706

Pembimbing II,



Dhivan Septa Wihara. M.M.
NIDN. 0730098401

Skripsi Oleh :

DWI ANDHIK KURNIAWAN

NPM : 12.1.02.02.0053

Judul :

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK ORGANIK UD CAKRA
PALAWIJA DESA KEPUH PAPAR KEDIRI**

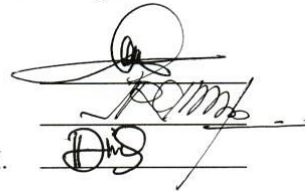
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada tanggal : 3 Agustus 2016

Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Prof. Dr. Sugiono. M.M.
2. Penguji I : Dr. Sri Aliami
3. Penguji II : Dhiyan Septa Wihara. M.M.



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Subagyo

NIDN. 0717066601

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK ORGANIK
UD CAKRA PALAWIJA DESA KEPUH KECAMATAN PAPAR
KABUPATEN KEDIRI**

Dwi Andhik Kurniawan

12.1.02.02.0053

Ekonomi - Manajemen

Andhik3367@gmail.com

Dosen Pembimbing 1: Prof. Dr. Sugiono, M.M.

Dosen Pembimbing 2 : Dhiyan Septa Wihara, M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Dwi Andhik Kurniawan: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Organik UD Cakra Palawija Kepuh Papar Kediri. Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Nisantara PGRI Kediri, 2016.

Penelitian ini dilatar belakangi karena semakin ketatnya persaingan usaha dalam dunia bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pupuk organik UD Cakra Palawija Desa Papar Kediri baik secara parsial maupun simultan. Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pupuk organik UD Cakra Palawija Desa Kepuh Kecamatan Papar Kabupaten Kediri? (2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pupuk organik UD Cakra Palawija Desa Kepuh Kecamatan Papar Kabupaten Kediri? (3) Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pupuk organik UD Cakra Palawija Desa Kepuh Kecamatan Papar Kabupaten Kediri? (4) Bagaimana Pengaruh harga, kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian pupuk organik UD Cakra Palawija Desa Kepuh Kecamatan Papar Kabupaten Kediri?

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dengan populasi 50 responden sedangkan sampel yang diambil peneliti adalah 50 responden dengan menggunakan *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan reliabilitas dengan *software SPSS 20*.

Hasil uji t diperoleh t hitung untuk variabel harga sebesar 3,932 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05), kemudian untuk t hitung variabel kualitas produk sebesar 4,224 dengan taraf signifikansi 0,00 (lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05), dan untuk t hitung variabel saluran distribusi sebesar 3,931 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05). Untuk hasil uji simultan diperoleh F hitung sebesar 65,487 dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, dan saluran distribusi. Sehingga model regresi yang diperoleh adalah $Y = 1,626 + 0,324X_1 + 0,306X_2 + 0,327X_3$. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah secara simultan harga, kualitas produk, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pupuk organik UD Cakra Palawija Papar Kediri.

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

I. LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis dalam era globalisasi dewasa ini sangat ketat, dimana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu keputusan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan selernya maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan.

Pengusaha berusaha menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen misalkan dalam industri pupuk. Dengan perkembangan usaha di bidang industri pupuk, tingkat persaingan di bidang ini semakin ketat. Pemilik usaha dituntut untuk menyusun kebijakan dalam rangka menghadapi persaingan yang ada.

Berbagai upaya yang dapat ditempuh misalnya melakukan peningkatan kualitas produk, harga yang bersaing, serta penguasaan saluran distribusi. Perpaduan antara Harga, kualitas produk, dan saluran distribusi merupakan senjata bagi pengusaha dalam memasarkan produknya atau

melayani konsumen. Pengusaha dapat mempengaruhi konsumennya lewat produk yang ditawarkannya kepada konsumen itu.

Dalam menarik minat konsumen, pengusaha dapat mencantumkan harga yang rendah serta pemberian diskon atau potongan harga, mencantumkan harga obral serta harga cuci gudang dan sebagainya. Disamping itu diperlukan juga kualitas dari produk yang unggul. Namun masih banyak juga ditemukan produsen yang hanya berorientasi pada keuntungan semata dan tidak mengimbangi dengan kualitas produk yang baik. Cara distribusi yang memenuhi kebutuhan konsumen juga dapat diterapkan agar dapat menarik para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkannya.

Perusahaan pupuk organik salah satunya UD Cakra Palawija yang berlokasi di Kawasan Desa Kepuh Kecamatan Papar Kabupaten menjawab kebutuhan petani dengan memproduksi pupuk organik yang harganya yang sangat terjangkau tentunya dengan kualitas yang baik dan juga dengan saluran distribusi yang baik dan lancar .

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Organik UD Cakra Palawija Desa Kepuh Kecamatan Papar Kabupaten Kediri”**.

II. METODE

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:58). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*variable independen*) dan variabel terikat (*variable dependen*):

a. Variabel Terikat

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:173), “Keputusan pembelian adalah membeli merek yang disukai, tetapi dua faktor bisa berbeda antara niat pembelian dan keputusan pembelian”. Ada empat indikator untuk menentukan keputusan pembelian yaitu:

- a. Kemantapan pada sebuah produk
 - b. Kebiasaan dalam membeli produk
 - c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- b. Variabel Bebas

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Saluran Distribusi (X3).

1) Harga

“Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya” (Swastha, 2003:241). Ada 3 indikator harga menurut (Swastha 2010:125) yaitu :

- a. Tingkat Harga
- b. Potongan Harga
- c. Waktu Pembayaran

2) Kualitas Produk

Menurut Kotler (2005:49), Kualitas produk adalah keseluruhan cirri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan /tersirat. Sedangkan menurut Fandy

Tjiptono (2008:25-28) ada tiga indikator kualitas produk yaitu :

- a) Kinerja (*performance*)
- b) Daya tahan (*durability*)
- c) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*conformance to specification*)

3) Saluran Distribusi

Menurut Tjiptono (2008:285) saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat yang dibutuhkan). Indikator-indikator saluran distribusi menurut Koesworodjati (2006:309) adalah :

- a) Tempat
- b) Waktu
- c) Informasi

2. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang dijadikan anggota populasi oleh peneliti adalah seluruh petani di Dusun Kepuh yang membeli pupuk di UD Cakra Palawija yang berjumlah 50 orang, dan sampel dalam penelitian ini yaitu 50 orang.

III. Hasil dan Kesimpulan

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Didapatkan nilai r hitung $>$ dari r tabel, dan berdasarkan nilai sig. $<$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dalam kuisioner dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

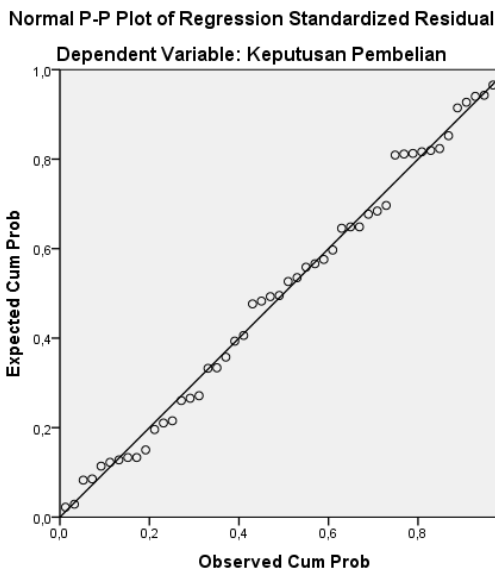
Nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Harga adalah 0,751, variabel Kualitas Produk adalah 0,783, variabel Saluran Distribusi adalah 0,774, dan variabel Keputusan Pembelian adalah 0,773. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pernyataan untuk seluruh item pertanyaan dapat dikatakan reliabel

(baik) sebab nilai *cronbach's alpha* sudah di atas 0,60.

B. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

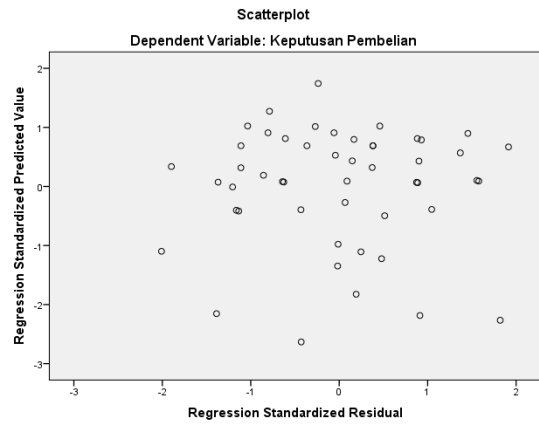


b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Collinearity Statistics | |
|--------------------|-----------------------------|------------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 1,626 | 1,805 | | |
| Harga | ,324 | ,082 | ,616 | 1,623 |
| Kualitas Produk | ,306 | ,072 | ,508 | 1,967 |
| Saluran Distribusi | ,327 | ,083 | ,521 | 1,921 |

c. Uji Heteroskedastisitas



2. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis data didapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$$

$$= 1,626 + 0,324X_1 + 0,306X_2 + 0,327X_3$$

3. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,900 ^a | ,810 | ,798 | 1,340 |

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 1,626 | 1,805 | | ,901 | ,372 |
| | Harga | ,324 | ,082 | ,322 | 3,932 | ,000 |
| | Kualitas Produk | ,306 | ,072 | ,380 | 4,224 | ,000 |
| | Saluran Distribusi | ,327 | ,083 | ,350 | 3,931 | ,000 |

b. Uji F

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 352,893 | 3 | 117,631 | 65,487 | ,000 ^b |
| Residual | 82,627 | 46 | 1,796 | | |
| Total | 435,520 | 49 | | | |

Berdasarkan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan saluran distribusi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), artinya variabel harga, kualitas produk, dan saluran distribusi mampu menjelaskan keputusan pembelian. Berikut ini secara terperinci penjelasan dari setiap variabel yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis H1 telah membuktikan terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian. Dari uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, konsep harga dalam penelitian ini adalah :

- Keterjangkauan harga yaitu : (1) Harga jual cukup terjangkau, (2) harga pupuk kompetitif namun tidak menurunkan kualitas, (3) harga termasuk kategori murah, (4) harga

yang ditawarkan sesuai dengan kualitas.

- Potongan harga : potongan harga diberikan ke petani yang membeli pupuk dengan jumlah banyak.
- Waktu pembayaran : pembayaran bisa dilakukan secara tunai maupun kredit.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis H2 telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dari uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, konsep kualitas produk dalam penelitian ini adalah :

- Kinerja yaitu memperoleh manfaat penggunaan pupuk organik.
- Daya tahan yaitu : (1) terbuat dari bahan yang berkualitas, (2) dapat bertahan lama, (3) kemasan yang kuat dan tidak mudah rusak.
- Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu : (1) terbukti kualitasnya karena telah teruji, (2) kandungan zat yang sudah sesuai dengan standart yang telah ditetapkan.

3. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis H3 telah membuktikan terdapat pengaruh antara saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Dari uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, konsep saluran distribusi dalam penelitian ini adalah :

- a. Tempat yaitu : (1) tempat usaha yang strategis, (2) lokasi usaha yang mudah dijangkau.
- b. Waktu yaitu : (1) Jaminan ketersediaan tidak pernah kehabisan stok, (2) pendistribusian pupuk yang tepat waktu.
- c. Informasi yaitu : (1) informasi mudah didapat dari pemilik maupun karyawan, (2) petani memilih produk dari produsen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pupuk organik di UD Cakra Palawija. Dilihat dari hasil uji t, bahwa perhitungan variabel

harga sebesar 0,324 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti hipotesis yang pertama menyatakan ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, jika nilai harga meningkat maka terjadi peningkatan pada keputusan pembelian sebesar 32,4%.

2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pupuk organik di UD Cakra Palawija. Dilihat dari hasil uji t, bahwa perhitungan variabel seleksi sebesar 0,306 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti hipotesis yang kedua menyatakan ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti, jika nilai kualitas produk meningkat maka terjadi keputusan pembelian sebesar 30,6%.

3. Saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pupuk organik di UD Cakra Palawija. Dilihat dari hasil uji t, bahwa perhitungan variabel saluran distribusi sebesar 0,327 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti hipotesis yang ketiga menyatakan ada pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa jika nilai saluran distribusi meningkat maka terjadi peningkatan pada keputusan pembelian sebesar 32,7%.
4. Harga, Kualitas Produk, dan Saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pupuk organik UD Cakra Palawija. Dilihat dari hasil uji F hitung sebesar 65,487 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti secara simultan atau bersama-sama harga (X1), kualitas produk (X2), dan saluran

distribusi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfa Beta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT Rineka Cipta
- , 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran. Edisi Pertama*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Duwi, Priyatno. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution) Untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Jakarta: Mediakom.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid*. Jakarta. PT INDEKS
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid 2. Alih Bahasa Bob Sabran*. Erlangga: Jakarta.



- Mc Carthy dan Parrefault, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran. Alih Bahasa Agus Dharma*. Jakarta: Erlangga. Dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Mc. Daniel. 2001. *Pemasaran. Edisi I*. Jakarta: Salemba Empat. -----, 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Peter dan Olson. 2000. *Consumer Behaviour. Edisi 4, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Dikutip Sumarwan : Consumer Behaviour Tenth Edition*. Pearson Education.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran. Cetakan Pertama*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Swastha, Bashu. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- , 2010. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Keenam*. Yogyakarta : Penerbit. Andy.
- Yudhi Koesworodjati. 2006. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. FE UNPAS, Bandung.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Bandung: Alfabeta.
- , 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- , 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. CV. Alfabeta, Bnadung.
- , 2010. *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian*

