

---

**Pengaruh Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen  
Pabrik Tahu Mbak Sul Karombasan Utara Kota Manado**

Stevanie Veronica Pendong  
Johnny A. F Kalangi  
Olivia C. Walangitan

Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi  
Email: [stevanipendong10@gmail.com](mailto:stevanipendong10@gmail.com)

---

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of price and distribution channel on purchasing decision of Mbak Sul's Tofu Factory at North Karombasan. The process of data collection involves spreading a questionnaire to consumers with Likert scale measurements and being distributed through Google form. This research uses quantitative methods. The sample that used in this study is 60 respondents The data analysis technique used in this research is validity test, reliability test, correlation coefficient, multiple linear regression analysis, determination test, partial test and simultaneous test. Based on the result obtained from this study, it shows that the price and line distribution have a positive influence on purchasing decision. The amount of price and line distribution that influence purchasing decision is 12,5% while the remaining 87,5% is explained by other variables that not included in this study.*

*Keyword: Price, Distribution Channel, Purchasing Decision*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada pabrik tahu mbak sul di karombasan utara, kota manado. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen dengan pengukuran skala likert dan dibagikan melalui google form. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi linier berganda, uji determinasi, uji parsial dan uji simultan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan saluran distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Besarnya harga dan saluran distribusi yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 12,5% sedangkan sisanya sebesar 87,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

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

---

### **Pendahuluan**

Dalam perekonomian saat ini, bisnis kuliner berperan penting dalam menambah pendapatan pemerintah daerah. Dari berbagai bisnis kuliner salah satunya bisnis kuliner berbahan dasar tahu. Tahu merupakan salah satu makanan tradisional yang populer serta digemari oleh masyarakat sekitar karena harganya yang murah dan bergizi. Tahu adalah makanan yang dibuat dari kacang kedelai yang difermentasikan. Tahu dapat diolah dengan berbagai macam cara seperti digoreng, direbus dan bakar. Dengan begitu banyak cara untuk mengolah tahu sehingga membuat orang-orang tertarik membuat bisnis kuliner berbahan dasar tahu serta dapat memenuhi keinginan masyarakat yang berubah-ubah.

Usaha industri yang berkembang di daerah penelitian adalah Pabrik Tahu Mbak Sul yang merupakan industri rumah tangga yang sudah berdiri

sejak tahun 1983. Melihat banyaknya pabrik tahu yang ada di sekitar maupun di wilayah Manado maka perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan penjualan produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga yang dikeluarkan oleh Pabrik Tahu Mbak Sul adalah Rp.400/tahu. Rata-rata harga jual tahu di pasaran adalah sama. Seperti contoh Pabrik Tahu Pak Gendon Karombasan yang memiliki harga jual yang sama dengan Pabrik Tahu Mbak Sul. Dalam saluran distribusinya Pabrik Tahu Mbak Sul menyuplai produknya kepada distributor yang berada di Pasar Karombasan dan juga menjadi penjual langsung kepada konsumen akhir. Seiring dengan peningkatan produksinya, timbul permasalahan

dimana saluran distribusi atau sarana transportasi menjadi kendala pada Pabrik Tahu Mbak Sul dimana jalan atau lahan parkir yang di dekat pabrik membuat proses pengangkutan menjadi terhambat dikarenakan jalan yang semakin kecil dan disebabkan juga Pabrik Tahu Mbak Sul yang berada di tengah-tengah pemukiman warga.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Nana Herdiana A (2015:109) secara sederhana definisi harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

#### **Saluran Distribusi**

Menurut Abubakar (2018:60) saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan. Sedangkan menurut Sunyoto (2015:189) saluran distribusi dapat diartikan sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk secara mudah. Kemudahan dalam tingkat dimana seseorang meyakini sesuatu bahwa tidak sulit untuk memperoleh suatu produk, dapat diketahui bahwa kemudahan konsumen dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

#### **Keputusan Pembelian**

Kotler dan Armstrong (2012:283), keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 177) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan

organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam pengambilan keputusan ada sebuah proses yang digunakan untuk membandingkan dan mengevaluasi produk manakah yang akan dibeli atau keputusan mana yang akan diambil. Kemantapan dan kebiasaan konsumen dalam membeli sebuah produk merupakan keputusan yang dilakukan oleh konsumen setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung dalam pengambilan keputusan.

#### **Metode Penelitian**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan melalui Google Form. Dan dilakukan wawancara kepada pemilik usaha untuk mendapatkan informasi. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang. Responden adalah mereka yang berstatus pernah membeli produk di pabrik tahu mbak sul. Untuk mengukur data kuesioner digunakan adalah skala likert.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Uji instrumen yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, Uji korelasi koefisien dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat tingkat hubungan antara harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada pabrik tahu mbak sul. Selanjutnya uji analisis linear regresi berganda berguna untuk mengetahui apakah lebih dari satu variabel bebas diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat. Uji determinasi dilakukan untuk mengukur besar pengaruh variabel harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji hipotesis yang dilakukan adalah uji parsial dan uji simultan

#### **Hasil Penelitian**

Penelitian ini menggunakan 60 responden. Berdasarkan hasil yang di dapat, terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih dominan daripada responden yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini terlihat dari hasil yang menunjukkan bahwa responden perempuan berjumlah 45 orang atau 75% sedangkan sisanya, responden laki-laki berjumlah 15 orang atau 25%. Untuk status umur, didapatkan hasil bahwa responden dalam penelitian ini adalah lebih dominan mereka yang berumur 20-40 tahun dengan jumlah 40 orang atau 66,7% sedangkan sisanya yaitu responden yang beumur diatas 40 tahun berjumlah 20 orang atau 33,3%.

#### **Hasil Uji Validitas**

Dikatakan valid jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$  pada

nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .  $r_{tabel:n-2} = 60-2 = 58 = 0,254$ . Hasil Uji Validitas X1 memiliki nilai r hitung 0,522, 0,290, 0,514, 0,554. Hasil Uji Validitas X2 memiliki nilai r hitung 0,634, 0,473, 0,576, 0,566. Hasil uji validitas Y memiliki nilai r hitung 0,502, 0,625, 0,502, 0,529. Sehingga hasilnya adalah semua kuisioner dalam penelitian ini bersifat valid dikarenakan hasilnya  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

### Hasil Uji Reliabilitas

Dikatakan valid jika  $\alpha > r_{tabel}$  pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya dikatakan tidak valid jika  $\alpha < r_{tabel}$ .  $r_{tabel:n-2} = 60-2 = 58 = 0,254$ . Hasil Uji Reliabilitas X1, X2 dan Y mendapat hasil 0,175, 0,282, 0,273 yang artinya kuisioner variabel dalam penelitian ini bersifat reliabel dan dapat digunakan.

### Hasil Koefesien Korelasi

Dikatakan berkorelasi jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  dan sebaliknya dikatakan tidak berkorelasi jika nilai  $\text{sig} < 0,05$ . Hasilnya dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Correlations				
		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	0.173	.740**
	Sig. (2-tailed)		0.579	0.001
	N	60	60	60
X2	Pearson Correlation	-0.073	1	.521
	Sig. (2-tailed)	0.579		0
	N	60	60	60
Y	Pearson Correlation	.340**	.121	1
	Sig. (2-tailed)	0.008	0.357	
	N	60	60	60

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

Terlihat bahwa hasilnya adalah saling berkorelasi adapun tingkat hubungan antara harga dan keputusan pembelian adalah kuat sedangkan tingkat hubungan antara saluran distribusi dan keputusan pembelian adalah sedang.

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstand		Beta	T	Sig.
		Coeff	Stand			
			Error			
1	(Constant)	11.338	4.415		2.568	0.013
	X1	0.481	0.180	0.333	2.679	0.007
	X2	0.117	0.150	-0.097	3.778	0.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasilnya dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 11.338 yang berarti bahwa jika tidak ada perubahan variabel harga dan saluran distribusi (nilai X1 dan X2 adalah 0) maka keputusan pembelian ada sebesar 11.338.

2. Nilai Koefesien regresi dari harga adalah 0,481 yang berarti bahwa jika variabel harga meningkat sebesar 1% dengan asumsi bahwa saluran distribusi dan konstanta adalah 0, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,481. Ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian.
3. Nilai Koefesien regresi dari saluran distribusi adalah 0,117 yang berarti bahwa jika variabel saluran distribusi meningkat sebesar 1% dengan asumsi bahwa harga dan konstanta adalah 0, maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,117. Ini menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi (X2) berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian

### Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 <sup>a</sup>	.125	.094	1.305

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Harga

Dapat dilihat dalam tabel diatas bahwa nilai R square adalah 12,5% yang berarti bahwa pengaruh harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada pabrik tahu mbak sul di karombasan utara kota manado adalah sebesar 12,5% sementara sisanya yaitu sebanyak 87,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Parsial

Dikatakan valid jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai signifikansi 0,05. Nilai  $t_{tabel} = t_{(\alpha/2; n-k-1)} = t_{(0,05/2; 60-2-1)} = 2,00247$ . Hasil dari uji parsial dapat dilihat melalui tabel Coefficients<sup>a</sup> yang ada di atas. Terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  harga adalah 2,679 > 2,00247. Maka dapat dipastikan bahwa hipotesis yang berbunyi "Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pabrik Tahu Mbak Sul di Karombasan Utara Kota Manado" dapat diterima. Sedangkan untuk nilai  $t_{hitung}$  saluran distribusi adalah  $t_{hitung} = 3,778 > 2,00247$ . Maka dapat dipastikan bahwa hipotesis yang berbunyi "Saluran Distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pabrik Tahu Mbak Sul di Karombasan Utara Kota Manado" dapat diterima.

### Hasil Uji Simultan

Dikatakan valid jika nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$ .  $F_{tabel} = f(k; n-k)$ ,  $f = 92; 60-2$ .  $F_{tabel} = 2; 58 = 3,16$ . Hasil dari uji simultan dapat dilihat melalui table dibawah ini:

		ANOVA <sup>a</sup>			
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	13.838	2	6.919	4.065
	Residual	97.012	57	1.702	
	Total	110.850	59		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Harga

Hasilnya adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,065 > 3,16$  dengan  $df_1=2$  dan  $df_2=59$ , tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Harga dan Saluran Distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pabrik Tahu Mbak Sul di Karombasan Utara Kota Manado” dapat diterima.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka peneliti mendapatkan hasil bahwa responden dominan berusia 20-40 tahun, responden dominan berjenis kelamin perempuan, angket yang digunakan dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel, serta terdapat pengaruh positif dari harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pabrik tahu mbak sul di karombasan utara kota manado.

Uji validitas adalah untuk mengukur apakah kuisisioner dari penelitian ini sudah valid atau tidak. Kuisisioner dari penelitian ini berjumlah 12 pertanyaan dan didasarkan pada variabel indikator harga, saluran distribusi dan variabel keputusan pembelian. setiap indikator mewakili 4 pertanyaan kuisisioner dalam penelitian ini. Melalui uji statistik menggunakan SPSS 25 maka didapat jawaban bahwa kuisisioner variabel harga, saluran distribusi dan keputusan pembelian pada penelitian ini bersifat valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Uji reliabilitas pada penelitian ini adalah untuk mengetahui konsistensi kuisisioner. Dari uji statistik yang dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa kuisisioner dari penelitian ini bersifat reliabel atau konsisten. Semua kuisisioner dalam penelitian ini yang berjumlah 12 pertanyaan bersifat valid. Hal ini di dapat karena alpha lebih dari  $r_{tabel}$ .

Dalam uji koefisien korelasi terlihat bahwa hasilnya adalah saling berkorelasi adapun tingkat hubungan antara harga dan keputusan pembelian adalah kuat sedangkan tingkat hubungan antara saluran distribusi dan keputusan pembelian adalah sedang.

Uji analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur apakah variabel harga dan saluran distribusi berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian. Melalui uji statistik yang dilakukan, ditemukan jawaban bahwa harga dan saluran

distribusi berkontribusi secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen pabrik tahu mbak sul di karombasan utara kota manado.

Berdasarkan hasil uji determinasi, dapat dilihat bahwa nilai *R Square* adalah sebanyak 0,125 atau harga dan saluran distribusi berpengaruh sebanyak 12,5% sementara sisanya yaitu sebanyak 87,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Melalui uji parsial, didapatkan jawaban bahwa hipotesis pertama yaitu harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pabrik tahu mbak sul di karombasan utara kota manado dapat diterima sedangkan hipotesis kedua yaitu saluran distribusi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pabrik tahu mbak sul di karombasan utara kota manado dapat diterima.

Melalui uji simultan, didapatkan hasil bahwa hipotesis ketiga yang berbunyi “Harga dan Saluran Distribusi Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pabrik Tahu Mbak Sul di Karombasan Utara Kota Manado” dapat diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vircina F.A Rombon, Frendy A.O Pelleng, Danny D.S Mukuan Pengaruh Produk, Harga Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Dari hasil tersebut peneliti mengambil keputusan bahwa variabel Produk, Harga, Promosi dan Tempat berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu lainnya penelitian yang dilakukan Tahrin V & Kalangi J.A “Pengaruh harga, promosi, dan tempat terhadap keputusan pembelian apada KFC Mega” menunjukkan bahwa hasil dari penelitian tersebut bersifat valid, reliabel, terbukti hipotesisnya secara parsial serta simultan

### Kesimpulan

1. Diperoleh hasil bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
2. Diperoleh hasil bahwa Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
3. Diperoleh hasil bahwa Harga dan Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

### Daftar Pustaka

Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia

- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Gary Amstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Rombon, V. F. A, Frendy A.O Pelleng, Danny D.S Mukuan. 2021 Pengaruh Produk, Harga Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. *Productivity Vol. 2(3)*, 187-191
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tahrin, V. S., Kalangi, J.A., & Mukuan, D.S. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Mega. *Productivity, Vol 1(2)*, 101-106.