

PENGARUH DISTRIBUSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT MULIA MAKMUR LESTARI*THE EFFECT OF DISTRIBUTION AND PRODUCT QUALITY TOWARD PURCHASING DECISIONS IN PT MULIA MAKMUR LESTARI*

Darsono¹,
Nur Elfi Husda²

1Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

2Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email : pb160910357@upbatam.ac.id

ABSTRAK, Penelitian ini menyajikan distribusi dan kualitas produk pada keputusan pembelian di PT Mulia Makmur Lestari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yaitu jumlah total 210 responden. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan grosir dan perusahaan PT Mulia Makmur Lestari. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji kualitas dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, pengujian analisis regresi linier berganda, dan analisis koefisien determinan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F menggunakan program perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian dari hasil uji F menunjukkan bahwa distribusi dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.

Kata kunci: Distribusi; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT, This research presents the distribution and product quality on purchasing decisions at PT Mulia Makmur Lestari. The sampling technique used is saturated sample that is the total number of 210 respondents. Data were obtained from distributing questionnaires to wholesale customers and PT Mulia Makmur Lestari's company. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis and quality test in this study using the validity test, reliability test, classic assumption test which includes normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis testing, and determinant coefficient analysis. Hypothesis testing in this study uses the ttest and F test using software program SPSS version 26. The results of the research from the F test results indicate that the distribution and product quality partially increases purchasing decisions at PT Mulia Makmur Lestari.

Keywords: distribution; product quality; purchasing decisions

PENDAHULUAN

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit, persaingan antar perusahaan dialami pada semua sektor bisnis salah satunya bisnis dibidang jasa (Ayu et al., 2019: 131). Agar bisa bertahan dibidang persaingan industri, perusahaan dilihat dari aspek penyaluran barang produk ke tangan pelanggan dan juga ditinjau dari kualitas dari suatu produk. Berdasarkan ini maka pelanggan akan memutuskan pembelian di perusahaan ini.

PT Mulia Makmur Lestari atau lebih dikenal PT Mulia merupakan perusahaan yang telah berdiri 16 tahun di kota Batam. PT Mulia ialah perusahaan yang beroperasi disektor distributor stationery maupun general supplier baik impor maupun ekspor, dengan produknya mencapai 10.000 item produk di stationery ataupun barang-barang general. Produk Multi File merupakan pabrik dari PT Mulia yang sudah diekspor seperti: jepang, bangladesh, dan beberapa negara lain. PT Mulia mengembangkan menjadi beberapa perusahaan-perusahaan lainnya menjadi Mulia Group. Salah satunya Edukits menjadikan toko ritel pertama pada tahun 2004 dan sampai sekarang mempunyai 7 Edukits yang berlokasi dikota Batam.

Saluran distribusi merupakan suatu produk sangat mendukung dalam meningkatnya perusahaan dibidang produk atau jasa untuk para distributor (Arifin, Mutinda Teguh, 2017: 11). Distribusi yang baik serta perlu ada membuat nyaman bagi pelanggannya (Harahap, 2019: 974).

Kosumen maupun pelanggan menentukan pembelian suatu produk, dikarenakan produk tersebut mendapat kelebihan bagi pelanggan yang memakai (Sriwardiningsih & Bharata, 2016: 119). Kualitas suatu produk dapat ditawarkan oleh pasar yang baik, demi memutuskan pada pembelian para keinginan pelanggan (Fernando & Aksari, 2017: 443). Perusahaan tentunya harus menentukan langkah yang bijak dan bagus untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan dalam pengiriman barang, sehingga menjadi langka dalam meningkatkan pembelian para pelanggan. Kualitas menjadikan suatu pembelian produk bagus, agar terjaga daya mutu barang itu sendiri yang tentunya keputusan bisa disetujui untuk membelinya.

Keputusan pembelian memiliki peranan penting, dimana pelanggan mendapatkan kesadaran untuk membeli kembali dari kebutuhan suatu produk pada saat pelanggan dibutuhkan (Jeffrey & Wijaya, 2019: 153).

Peristiwa dari masalah terjadi pada PT Mulia Makmur Lestari terletak pada masalah pengantaran produk ketangan pelanggan tidak tepat waktu, sehingga pelanggan akan berpaling ke persaingan. Kekurangan pada distribusi barang di perusahaan, sering terjadi penurunan permintaan barang produk yang diantar sampai ke tangan pelanggan di PT Mulia Makmur Lestari. Disamping itu, kualitas dari suatu produk diperusahaan dengan pengembalian produk reaktif signifikan yang menjadikan produk ini dilihat mutu barang, bahan yang menjadikan pengamatan bagi pelanggan. Permasalahan terkait dengan pelanggan dalam memutuskan pada pembelian di produk maupun jasa yang dimiliki oleh PT Mulia Makmur Lestari.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka yang menjadi penelitian dalam permasalahan ini bagaimanakah pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian, bagaimanakah kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta bagaimanakah pengaruh distribusi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.

KAJIAN TEORI

Distribusi

Distribusi ialah penyaluran yang alirkan oleh produk maupun jasa dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke tangan konsumen maupun pelanggan (Arifin, Mutinda Teguh, 2017: 11). Distribusi ialah berbagai aktivasi yang berusaha mempermudah penyaimpan, penyerahan, atau penyaluran barang dan jasa dari produsen, sehingga sesuai dengan apa diperlukannya (Rizki Eka Prasetyo, Nawangsih, 2018: 558).

Indikator Distribusi

Terdapat indikator yang dapat diukur dalam distribusi yaitu (Heru Suciarto Tjia, Suharno, 2018: 94):

1. Ketersediaan barang
2. Produk pemesanan
3. Kecepatan dalam pengiriman
4. Kemudahan dalam memperoleh produk

Kualitas Produk

Kualitas produk ialah kondisi yang selalu berubah dimana kualitas tersebut mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dalam usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Suri Amilia, 2017: 663).

Kualitas produk ialah pemenuhan standar atau persyaratan tertentu sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat mengambil keputusan dalam pembelian (Nasution, 2019: 10).

Indikator Kualitas Produk

Terdapat indikator yang dapat diukur dalam kualitas produk yaitu (Alisan & Sari, 2018: 130):

1. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan
2. Keandalan
3. Daya tahan
4. Kualitas yang dipersepsikan
5. Estika

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah mempengaruhi keputusan keuangan, perkembangan ekonomi, kemajuan teknologi, harga, budaya, dengan demikian menjelaskan pemikiran bagi semua konsumen untuk mengetahui informasi dan membuat keputusan pembelian dalam bentuk produk (Efnita, 2017: 558).

Keputusan pembelian ialah perilaku yang ditunjukkan konsumen ketika menemukan, membeli, mendapatkan, pertimbangan, dan berhenti pemakaian produk dan layanan yang menjadikan pelanggan dapat memenuhi kebutuhan (Harahap, 2019: 977).

Indikator Keputusan Pembelian

Terdapat indikator yang dapat diukur dalam indikator keputusan pembelian yaitu (Alisan & Sari, 2018: 130):

1. Keputusan jenis produk
2. Keputusan jumlah produk
3. Keputusan bentuk produk
4. Keputusan waktu pembelian

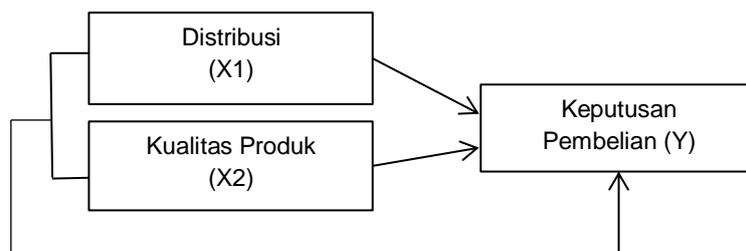
Penelitian Terdahulu

Arifin, Mutinda Teguh (2017) melakukan riset dengan judul pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Nasution (2019) melakukan riset dengan judul pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT DYZA Sejahtera Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Yasir Maulana, Siti Saroh (2019) melakukan riset dengan judul pengaruh kualitas produk, saluran distribusi, dan promosi terhadap motif pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara distribusi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hasil hipotesis ini adalah:

- H1: Distribusi memiliki hubungan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.
 H2: Kualitas Produk memiliki hubungan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.
 H3: Distribusi dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian adalah sketsa untuk mengamati populasi serta sampel tertentu, bersifat statistic yang ditetapkan dan prinsip positif (Sugiyono, 2012: 8).

Skala Likert		
	Skala Likert	Nilai
(STS)	Sangat Tidak Setuju	1
(TS)	Tidak Setuju	2
(N)	Netral	3
(S)	Setuju	4
(SS)	Sangat Setuju	5

(Sumber: Sugiyono 2012: 94)

Lokasi Penelitian

Tempat yang dijadikan sasaran pada penelitian ini ialah PT Mulia Makmur Lestari yang saat ini kantor di batam centre, kota batam, kepulauan riau.

Populasi dan sampel

Populasi yang diambil dari jumlah rata-rata pelanggan di PT Mulia Makmur Lestari dari bulan juli sampai bulan desember tahun 2019 yang berjumlah 210 responden. pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik sampel jenuh, dari keseluruhan jumlah populasi berjumlah 210 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Terdapat 210 responden dalam penelitian ini, dimana para responden telah diuraikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir serta pekerjaan. Pada kategori jenis kelamin terlihat lebih banyak responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 58,6% dibandingkan perempuan sebesar 41,4%. Kemudian berdasarkan kategori usia, terlihat usia 27-34 tahun mendominasi terbanyak sebesar 35,2%, dan terendah >50 tahun sebesar 7,6% kemudian berdasarkan pada pendidikan terakhir yang mendominasi terbanyak yaitu pendidikan SMA/SMK sebesar 47,6% dan terendah pendidikan SD sebesar 5,2%. Serta berdasarkan pekerjaan yang mendominasi terbanyak yaitu karyawan swasta sebesar 46,7% dan terendah pekerjaan PNS sebesar 6,2%.

Uji Kualitas Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{1,1}	0,655	0,1354	Valid
X _{1,2}	0,742	0,1354	Valid
X _{1,3}	0,733	0,1354	Valid
X _{1,4}	0,593	0,1354	Valid
X _{1,5}	0,752	0,1354	Valid
X _{1,6}	0,730	0,1354	Valid
X _{1,7}	0,671	0,1354	Valid

X _{1,8}	0,751	0,1354	Valid
X _{1,9}	0,703	0,1354	Valid
X _{1,10}	0,700	0,1354	Valid
X _{1,11}	0,726	0,1354	Valid
X _{1,12}	0,687	0,1354	Valid

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X _{2,1}	0,694	0,1354	Valid
X _{2,2}	0,759	0,1354	Valid
X _{2,3}	0,711	0,1354	Valid
X _{2,4}	0,736	0,1354	Valid
X _{2,5}	0,774	0,1354	Valid
X _{2,6}	0,763	0,1354	Valid
X _{2,7}	0,728	0,1354	Valid
X _{2,8}	0,655	0,1354	Valid
X _{2,9}	0,690	0,1354	Valid
X _{2,10}	0,671	0,1354	Valid
X _{2,11}	0,678	0,1354	Valid
X _{2,12}	0,805	0,1354	Valid

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Y _{.1}	0,748	0,1354	Valid
Y _{.2}	0,742	0,1354	Valid
Y _{.3}	0,727	0,1354	Valid
Y _{.4}	0,813	0,1354	Valid
Y _{.5}	0,692	0,1354	Valid
Y _{.6}	0,760	0,1354	Valid
Y _{.7}	0,808	0,1354	Valid
Y _{.8}	0,681	0,1354	Valid
Y _{.9}	0,780	0,1354	Valid
Y _{.10}	0,766	0,1354	Valid
Y _{.11}	0,674	0,1354	Valid
Y _{.12}	0,744	0,1354	Valid

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Dilihat dari pernyataan variabel distribusi dan kualitas produk, maupun keputusan pembelian di atas menerangkan bahwa setiap variabel mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang mengartikan setiap instrumen data yang digunakan dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Distribusi (X ₁)	0.907	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0.922	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.927	0,60	Reliabel

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Pada tabel diatas bisa dijelaskan yaitu variabel distribusi, kualitas produk, maupun keputusan pembelian mempunyai Cronbach's Alpha > 0,60, mengartikan ketiga variabel ini dikatakan reliable.

Uji Asumsi Klasik

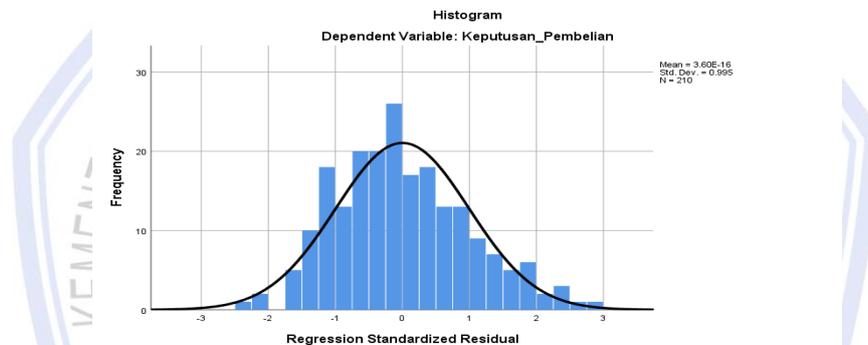
Tabel 5. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		210
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.99520381
	<i>Most Extreme Differences</i>	
	<i>Absolute</i>	.050
	<i>Positive</i>	.050
	<i>Negative</i>	-.037
<i>Test Statistic</i>		.050
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Ditinjau pada tabel diatas bisa dijelaskan menyimpulkan data telah terdistribusi normal dikarenakan hasil kolmogorov-smirnov mempunyai nilai tingkat signifikansi 0,200 lebih > 0,05 dinyatakan normal pada pendistribusian.

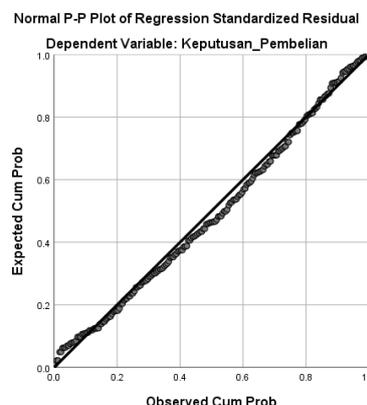
Uji Histogram



Gambar 2. Hasil Uji Histogram
(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Dilihat pada gambar diatas hasil uji normalitas menampilkan yakni diagram berwujud seperti lonceng demikian mampu diuraikan data mempunyai distribusi normal, yang menjadi persyaratan agar mampu melakukan uji regresi. Dengan kata lain seluruh variabel sesuai syarat agar mampu diteliti memakai metode regresi linier berganda.

Uji P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3. P-P Plot of Regression Standardized Residual
(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Dilihat pada gambar diatas hasil dari kesimpulannya data pada penelitian ini berdistribusi normal sebab titik-titik menyebar menyelusuri garis diagonal. Dengan titik-titik menyebar menyelusuri garis diagonal pada diagram P-P Plot Regression dikatakan suatu data telah distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Distribusi	.261	3.387
Kualitas Produk	.261	3.387

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Dari tabel diatas bisa dijelaskan nilai VIF setiap variabel distribusi serta kualitas produk memiliki nilai 3,837 <10, begitu pula dengan kedua variabel hasil tolerance sebesar 0,261 > 0,01 sehingga dikatakan bahwa tidak terjadinya gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Sig.
(Constant)	1.643	1.000
Distribusi	.069	1.000
Kualitas Produk	.064	1.000

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Ditampilkan pada tabel diatas bisa diketahui hasil signifikan variabel distribusi serta kualitas produk memiliki nilai sigma 1.000 >0,05. Kemudian hasil korelasi variable distribusi dan kualitas produk >0,05 Artinya, heteroskedastisitas tidak terjadi dalam model regresi ini.

Uji Pengaruh

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	5.000	1.643	
Distibusi	.351	.069	.349
Kualitas Produk	.505	.064	.543

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Terdapat formula dari hasil perhitungan diatas yaitu:

$$Y = 5,000 + 0,351 X_1 + 0,505 X_2$$

1. Distribusi (X_1) = 0,351

Variabel Distribusi mempunyai nilai koefisien regresi senilai 0,351. Hasil ini menerangkan bahwa distribusi dengan keputusan pembelian mempunyai hubungan positif. Apabila kualitas pelayanan meningkat 1% maka keputusan pelanggan akan bertambah 0,351 atau 35,1%.

2. Kualitas Produk (X_2) = 0,505

Variabel kualitas produk mempunyai hasil koefisien regresi senilai 0,505. Hasil ini menerangkan bahwa kualitas produk dengan keputusan pembelian mempunyai hubungan positif. Jika kualitas pelayanan meningkat 1% maka keputusan pelanggan akan bertambah 0,505 atau 50,5%.

3. Konstanta = 5,000

Konstanta mempunyai nilai sebesar 5,000 nilai ini menjelaskan pengaruh positif variabel X (X_1 dan X_2), jika variabel X naik atau berpengaruh dalam satu satuan, berarti variabel keputusan pembelian (Y) akan terpengaruhi.

Uji Regresi Linear Berganda (R²)Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
.862 ^a	.743	.740	3.652

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Tampilan pada tabel diatas bisa diketahui hasil R Square yaitu 0,666. Berarti distribusi serta kualitas produk mempunyai pengaruh sebanyak 74,3% terhadap keputusan pembelian.

Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 10. Hasil Uji T (X1 terhadap Y)

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)	8.609	1.794		4.798	.000
Distribusi	.821	.040	.816	20.359	.000

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Tabel 11. Hasil Uji T (X2 terhadap Y)

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)	7.025	1.248		4.169	.000
Kualitas Produk	.784	.035	.843	22.626	.000

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

1. Pengaruh Distribusi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) thitung (20,359) > ttabel (1,9715) serta hasil signifikan yang didapatkan 0,000 < 0,05 berarti Ha diterima serta Ho ditolak. Artinya variabel distribusi (X1) mempunyai dampak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh Kualitas produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) thitung (22,626) > ttabel (1,9715) serta hasil signifikan yang didapatkan 0,000 < 0,05 berarti Ha diterima serta Ho ditolak. Artinya variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai dampak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil Uji F

Tabel 12. Hasil Uji F

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	7931.660	1	7631.660	511.949	.000 ^b
<i>Residual</i>	3100.668	208	14.907		
<i>Total</i>	10732.329	209			

(Sumber: Hasil Output SPSS 26, 2020)

Tabel di atas menjelaskan hasil Fhitung (511,949) > Ftabel (2,33) serta hasil signifikan yang didapatkan 0,000 < 0,05 sehingga Ha diterima serta Ho ditolak yang mempunyai arti Variabel distribusi (X1) serta Kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

Pembahasan

1. Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari. Hasil nilai thitung yang didapatkan senilai (20,359) dan nilai ttabel senilai (1,9715), kemudian didapatkan nilai signifikan senilai 0,000. Dilihat dari kriteria pada pengujian ini yaitu jika thitung > ttabel serta nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka, distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil studi ini didukung oleh jurnal riset yang dilaksanakan oleh (Harahap, 2019) yang menjelaskan distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari. Nilai thitung yang didapatkan variabel kualitas pelayanan senilai (22,626) dan nilai ttabel senilai (1,9715), kemudian didapatkan hasil signifikan senilai 0,000. Dilihat dari kriteria pada pengujian ini yaitu jika thitung > ttabel serta nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil studi ini didukung oleh jurnal studi yang dilaksanakan menurut (Suri Amilia, 2017) yang menjelaskan yaitu kualitas produk berpengaruh secara signifikan kepada keputusan pembelian.
3. Pengaruh Distribusi dan Kualitas Produk terhadap di PT Mulia Makmur Lestari. hasil signifikan dalam pengujian hipotesis ini < nilai alpha (0,05) yakni 0,000 < 0,005. Selanjutnya hasil Fhitung sebesar 511,949 > 2,33 kemudian untuk menjawab hipotesis ketiga ini yaitu Ho ditolak dan Ha diterima. Dan bisa dijelaskan yaitu distribusi dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil studi ini didukung oleh jurnal studi yang dilaksanakan menurut (Heru Sucianto Tjia, Suharno, 2018) menjelaskan yaitu distribusi serta kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Distribusi dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.
2. Kualitas Produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.
3. Distribusi bersama Kualitas Produk pada penelitian ini memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari.

Saran

Dalam hasil yang disampaikan diatas, beberapa saran serta masukan dari peneliti sebagai berikut:

1. Distribusi sebuah produk memiliki peran yang penting bagi perusahaan agar dapat penyaluran produk sampai ditangan pelanggan, serta dapat membuat sebuah keputusan pembelian dari pelanggan.
2. Kualitas produk juga memberikan peranan yang krusial bagi perusahaan agar mampu meningkat kualitas pada produknya yang dimiliki oleh perusahaan distributor. Oleh karena itu, perusahaan bisa mengubah kualitas produknya dari segi jaminan mutu, masa jangka barang, kehandalan, serta pengurangan pengembalian produk yang sudah dibeli oleh pelanggan.
3. Keputusan pembelian mendapatkan pengaruh dari distribusi dan kualitas produk sebesar 74,3% sedangkan sisanya 25,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Diharapkan penelitian seterusnya dapat memasukkan beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu dalam pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya untuk harga, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alas, R., Übius, U., Lorents, P., & Matsak, E. (2017). Corporate Social Responsibility In European And Asian Countries. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi (JMBI) UNSRAT* Vol. 4 No. 1
- Alisan, A., & Sari, W. (2018). Pengaruh Personal Selling Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa (Elbow) Pada Pt. Sekawan Abadi Teknik Medan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 128. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.808>
- Arifin, Mutinda Teguh, H. (2017). Pengaruh produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian. 5(September), 10–21.
- Ayu, I. D., Diyah, G., Luh, N., Sayang, W., Putu, G., & Jana, A. (2019). Pengaruh Personal Selling Agen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Pada Pt . Sun Life Financial Cabang Pemaron a . Yani. 5(2), 131–139.

- Efnita, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv.gajah Mada Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 231186.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Harahap, R. A. (2019). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt . Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt . Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan), XXVII(2654–3915), 973–986.
- Heru Suciarto Tjia, Suharno, M. A. K. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *Kinerja*, 14(2), 92. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>
- Jeffrey, & Wijaya, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Mobil Agya pada PT. Astra Internasional TBK-TSO Medan Gatsu Branch. *Manajemen*, 5(2), 153–160.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan.
- Rizki Eka Prasetyo, Nawangsih, R. B. S. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Home Industry Aneka Camilan Rizky. 6(2), 883–884.
- Sriwardiningsih, E., & Bharata, A. (2016). Pengaruh kualitas produk and promosi terhadap keputusan pembelian produk otomotif the effect of product quality and promotion toward purchase decision of automotive product. 16(2), 119–125. <http://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/317/264%0A>
- Sugiyono. (2012). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D (Tujuh Bela). ALFABETA, CV. www.cvalfabeta.com
- Suri Amilia, M. O. A. N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Tulung, J. E., & Ramdani, D. (2018). Independence, size and performance of the board: An emerging market research. *Corporate Ownership & Control*, 15(2-1), 201-208.
- Tulung, J.E. (2017). Resource Availability and Firm's International Strategy as Key Determinants of Entry Mode Choice. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(1), 160-168.
- Yasir Maulana, Siti Saroh, R. N. H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Motif Pembelian Konsumen. 8(3), 184–191.