

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN  
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HASIL PANEN KENTANG  
DI KECAMATAN NAMAN TERAN  
KABUPATEN KARO**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan  
Pendidikan Strata Satu (S-1)

**SKRIPSI**



**Ditulis Oleh :  
SABRIMA GINTING  
211010228**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA  
MEDAN  
2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo

Yang dipersiapkan oleh:  
SABRIMA GINTING  
211010228

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau

Medan, 20 Mei 2025

Pembimbing I,



Desma Erica Maryati M., S.Pd. M.Si.  
NIDN : 0104127904

Pembimbing II,



Dr. Afrizal, S.E., M.Si.  
NIDN : 0114087402

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo

Yang dipersiapkan oleh:

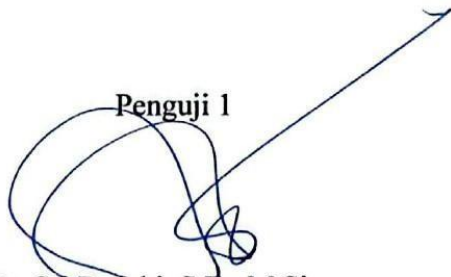
SABRIMA GINTING

211010228

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 04 Agustus 2025

Penguji 1



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

NIDN: 0006037202

Penguji 2



Dra. Pesta Gultom, M.M.

NIDN: 0117126501

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Sabrima Ginting
NIM	:	211010228
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo
Pembimbing-I	:	Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
Pembimbing-II	:	Dr. Afrizal, S.E., M.Si.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 04 Agustus 2025



Sabrima Ginting  
211010228

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata-1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen Bapak Dr. Afrizal, S.E., M.Si., sekaligus selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Ibu Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.

6. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 04 Agustus 2025

Penulis



Sabrinda Ginting  
211010228

## ABSTRAK

**Sabrina Ginting, 211010228, 2025, Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Pembimbing II: Dr. Afrizal, S.E., M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi seluruh agen pembeli Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo berjumlah 55 agen. Dikarenakan jumlah populasi yang berjumlah 55 agen, maka peneliti akan menggunakan sampel jenuh dimana seluruh populasi akan dijadikan sebagai sampel penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 7,888 + 0,223 Kualitas Produk + 0,380 Saluran Distribusi + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo, terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara saluran distribusi terhadap keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

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

## **ABSTRACT**

***Sabrina Ginting, 211010228, 2025, The Influence of Product Quality and Distribution Channels on Purchase Decisions of Potato Harvests in Naman Teran District, Karo Regency, Management Study Program, Advisor I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Advisor II: Dr. Afrizal, S.E., M.Si.***

*This study aims to determine the effect of product quality and distribution channels on purchase decisions of potato harvests in Naman Teran District, Karo Regency.*

*The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, which is data obtained in the form of numbers. The sources of data consist of primary and secondary data. Primary data were obtained from the results of questionnaire distribution to respondents, and secondary data were obtained from data and literature related to the problems discussed. The population consists of all potato purchasing agents in Naman Teran District, Karo Regency, totaling 55 agents. Due to the total population being 55 agents, the researcher used a saturated sampling technique where the entire population was used as the research sample. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis provide the equation: **Purchase Decision = 7.888 + 0.223 Product Quality + 0.380 Distribution Channel + e.***

*The results of the study show that there is a partially significant positive effect of product quality on the purchase decisions of potato harvests in Naman Teran District, Karo Regency. There is also a partially significant positive effect of distribution channels on the purchase decisions of potato harvests in Naman Teran District, Karo Regency. Additionally, there is a significant simultaneous influence of product quality and distribution channels on the purchase decisions of potato harvests in Naman Teran District, Karo Regency.*

***Keywords: Product Quality, Distribution Channels, Purchase Decision***



# MOTTO

“Jangan pernah menyerah pada skripsi jika merasa sulit, lebih baik terlambat daripada tidak wisuda sama sekali”  
( *Lungetisis Murtakod* )

“Sehancur apapun kamu, bumi akan selalu tetap berputar pada porosnya. Jadi jangan pernah menyerah dengan keadaan dan harus tetap semangat apapun yang terjadi.”  
(*Fahri* )

“Balas dendam terbaik adalah kesuksesan yang hakiki.”  
(*Amre Geolond* )

# PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk:

TUHAN yang tak pernah berhenti melimpahkan kasih karunia – Nya

dalam hidupku. Terima kasih banyak ya,

Tuhan...

Orang tua, nafas hidupku, yang tidak pernah jemu mendukung dan

memotivasiku untuk menjadi orang yang sukses.

Teman-teman yang telah membantu selama pengerjaan skripsi, terima kasih

karena akhirnya skripsi ini dapat kita selesaikan bersama – sama.

## DAFTAR ISI

**JUDUL**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME**

**KATA PENGANTAR ..... v**

**ABSTRAK..... vii**

***ABSTRACT*..... viii**

**MOTTO..... ix**

**PERSEMBAHAN ..... x**

**DAFTAR ISI.....xi**

**DAFTAR TABEL.....xvi**

**DAFTAR GAMBAR ..... xvii**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... xviii**

### **BAB I    PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah .....8

1.3 Batasan Masalah .....8

1.4 Rumusan Masalah .....9

1.5 Tujuan Penelitian.....9

1.6 Manfaat Penelitian ..... 10

### **BAB II    TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

2.1	Landasan Teori .....	10
2.1.1	Keputusan Pembelian .....	10
2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	10
2.1.1.2	Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	11
2.1.1.3	Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan.....	12
2.1.1.4	Jenis Keputusan Berdasarkan Kategorinya .....	14
2.1.1.5	Indikator Keputusan Pembelian .....	14
2.1.2	Kualitas Produk .....	16
2.1.2.1	Pengertian Kualitas Produk .....	16
2.1.2.2	Ciri-Ciri Kualitas Produk .....	17
2.1.2.3	Strategi Kualitas Produk.....	18
2.1.2.4	Manfaat Kualitas Produk.....	19
2.1.2.5	Indikator Kualitas Produk .....	19
2.1.3	Saluran Distribusi .....	20
2.1.3.1	Pengertian Saluran Distribusi .....	20
2.1.3.2	Faktor Mempengaruhi Saluran Distribusi .....	21
2.1.3.3	Fungsi Saluran Distribusi .....	23
2.1.3.4	Indikator Saluran Distribusi .....	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Kerangka Konseptual .....	26
2.4	Hipotesis Penelitian .....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	28

3.1.2	Waktu Penelitian .....	28
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	28
3.2.1	Jenis Data .....	28
3.2.2	Sumber Data .....	28
3.3	Populasi dan Sampel .....	29
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6	Teknik Analisis Data .....	32
3.6.1	Uji Validitas .....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	33
3.6.3.1	Uji Normalitas .....	33
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas .....	35
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	36
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.6.5	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	38
3.6.6	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F).....	38
3.6.7	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	38

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Penelitian .....	40
4.1.1	Gambaran Singkat Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo .....	40
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Karakteristik Responden .....	42

4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
4.2.2.1	Uji Validitas .....	45
4.2.2.2	Uji Reliabilitas .....	47
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	48
4.2.3.2	Uji Multikolinieritas.....	52
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.2.4	Teknik Analisis Data.....	54
4.2.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	56
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)....	58
4.2.4.4	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.2.5	Kontribusi Variabel.....	60
4.3	Pembahasan.....	62
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN</b>		
<b>AKADEMIS</b>		
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran Akademis.....	67
5.3	Implikasi Manajerial.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		

**LAMPIRAN**

**SURAT IJIN RISET**

**SURAT BALASAN RISET**

**FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL**

**FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendapatan petani Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo .....	2
Tabel 1.2	Jumlah Petani Kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo .....	6
Tabel 1.3	Jumlah Produksi Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.2	Skala Likert.....	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Agen.....	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	44
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Saluran Distribusi Digunakan.....	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi ( $X_2$ ).....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	48
Tabel 4.9	Uji Kolmogorov Smirnov .....	52
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.11	Uji Regresi Linear Berganda .....	55
Tabel 4.12	Uji Hipotesis Parsial .....	57
Tabel 4.13	Uji Hipotesis Simultan .....	59
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi .....	60
Tabel 4.15	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas .....	61



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Kentang .....	3
Gambar 1.2	Saluran Distribusi Petani Kentang .....	5
Gambar 1.3	Saluran Distribusi Petani Kentang .....	6
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 4.1	Grafik Histogram .....	50
Gambar 4.2	Grafik Normal Probability Plot of Regression .....	51
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk ( $X_1$ )
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk ( $X_1$ )
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Saluran Distribusi ( $X_2$ )
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Reliabilitas Saluran Distribusi ( $X_2$ )
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 9	Tabulasi Angket Responden
Lampiran 10	Hasil Output SPSS

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan UMKM di bidang pertanian semakin hari semakin menurun khususnya petani Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo yang menanam tanaman kentang. Padahal kentang termasuk komoditi yang banyak diminati dalam pasar negeri maupun pasar luar negeri. Kabupaten Karo memiliki peluang strategis untuk tanaman kentang karena terpenuhi curah hujan cukup dan tanahnya yang subur. Pengembangan bibit kentang sebagai peluang bisnis menjanjikan dan menjadi sentra ekonomi baru bagi masyarakat Karo.

Sekarang ini pertanian yang berada tanah karu untuk tanaman kentang semakin terbatas diakibatkan benih kentang yang terbatas sehingga petani asal kabupaten Karo memperbanyak benih kentang melalui kultur jaringan ke Badan Standardisasi Instrumen Pertanian (BSIP) tanaman sayuran (<https://sayuran.bsip.Pertanian.go.id/berita/petani-karo-sumatra-utara-belajar-budidaya-kentang-ke-bsip-tanaman-sayuran>).

Masyarakat Karo berprofesi sebagai petani kentang ini harus mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk melakukan pengadaan bibit kentang untuk tiap musim tanam kentang tiba dan berbelanja keluar daerah Karo agar mendapatkan bibitnya di Kabupaten Karo sering tidak tersedia bibit kentang. Pembibitan kentang yang tinggi mengakibatkan perolehan keuntungan menjadi rendah serta pendapatan kentang mengalami penurunan.

Keputusan pembelian adalah kegiatan penentuan untuk memilih alternatif yang dianggap sebagai tindakan yang tepat untuk mengambil suatu putusan dalam membeli suatu produk (Mauliddiyah 2021). Keputusan pembelian kentang menurun dipengaruhi kualitas kentang seperti banyaknya petani pada saat harga tinggi memanen kentang terlalu muda atau belum siap dipanen jadinya kulit kentang terkelupas dijual di pasaran, warna kentang yang kurang bagus, ada kentang berlubang tetap dijual kepada konsumen melalui agen. Adapun beberapa faktor yang menjadi penyebab pendapatan menurun yakni kualitas produk dan saluran distribusi.

Adapun fenomena keputusan pembelian konsumen dapat dilihat dari Tabel

1.1 Pendapatan petani kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo yaitu :

**Tabel 1 1.**

*Pendapatan petani kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo*

Pendapatan Kentang Per Hektar Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo

2020	2021	2022	2023	2024
729.074.000	559.906.000	733.453.000	604.254.000	450.448.000

*Sumber: petani kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo 2024*

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas terlihat Pendapatan kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo di tahun 2022 tertinggi sebesar Rp 733.453.000 dari pada tahun sebelumnya dan sesudahnya dan terjadi penurunan signifikan di tahun 2024 sebesar Rp 450.448.000. Penurunan pendapatan kentang disebabkan adanya kegagalan panen kentang menyebabkan kerugian.

Kualitas barang ditentukan oleh tolak ukur penilaian. Semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan dinilai semakin berkualitas (Arfah 2022). Petani kentang di Kecamatan Naman teran kabupaten Karo yang menanam kentang

kemudian di saat panen kentang selalu menjaga kualitasnya bagus agar harga kentang dapat mengalami kenaikan. Harga kentang naik tentu menaikkan pendapatan para petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo. Harga kentang naik berdampak pada keputusan pembelian konsumen akan kentang menurun. Konsumen beralih melakukan keputusan pembelian sayuran lain dibandingkan kentang. Kualitas kentang juga menjadi perhatian petani kentang di Kecamatan Naman Teran kabupaten Karo namun kentang yang mahal sering menyebabkan petani bersikap kurang bijaksana seperti memanen kentang yang belum siap panen, Adanya kentang yang dijual kulitnya terkelupas dan jelek serta ada binting-bintik. Harga kentang melambung tinggi sering membuat petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo tidak menjaga kualitas produk kentang, petani memanen cepat tanaman kentang mereka sehingga kulit kentang mudah terkelupas dan sampai ke pengecer kentang menjadi menghitam.

Adapun gambar kentang yang kurang bagus sebagai berikut :

**Gambar 1 1.**  
*Gambar Kentang*



*Sumber: petani kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo 2024*

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas terlihat kulit kentang yang terkelupas pada saat dijual ke pedagang pengumpul. Biasanya petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo mencampur kentang kulitnya bagus dengan beberapa kilogram kentang yang terkelupas kulitnya dijual dengan harga yang sama. Kualitas kentang menurun sering terjadi pada saat harga kentang mahal. Pada saat harga kentang normal maka petani kentang di kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo memperhatikan kualitas kentang sehingga pedagang pengumpul mendapatkan kentang yang berkualitas bagus. Kentang berkualitas bagus mempunyai warna kuning muda atau putih kekuningan. Konsumen kadangkala tidak mau membeli kentang berwarna kehijauan karena kentangnya tidak manis dan rasanya pahit. Kentang berkualitas bagus terasa berat, terlihat segar, tidak ada lubang dipermukaannya dan tidak busuk.

Ciri-ciri kentang baik yaitu :

1. Tidak bernoda, tidak berlubang dan tidak bertunas.
2. Kulit mulus tidak memar.
3. Hanya memiliki sedikit mata.
4. Terlihat bersih alamiah dan jika diremas terasa padat.
5. Tidak berair dan tidak lunak.
6. Tidak memiliki bagian kulit berwarna hijau (Cahyana dan Artanti 2015).

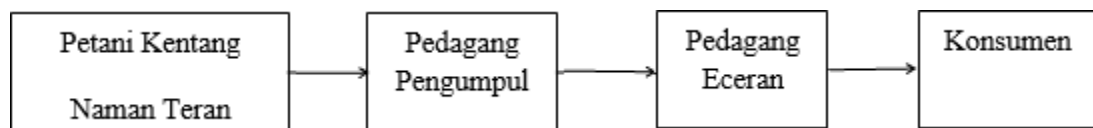
Saluran distribusi adalah kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan konsumen pada waktu yang tepat (Hasanuddin 2022). Saluran distribusi petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo masih lumayan sederhana dengan mata rantai pemasaran kentang cukup sederhana dimulai dari petani

kentang anggota gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) bermitra maupun petani kentang anggota gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) tidak bermitra kepada pedagang pengumpul. Petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo tidak melakukan saluran distribusi secara langsung ke eksportir. Petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo menghadapi struktur yang berbeda antar musim. Pada saat musim panen raya petani kentang ini menghadapi struktur pasar yang cenderung terpusat dan pada musim panen biasa petani kentang menghadapi struktur pasar relatif bersaing dimungkinkan masuknya pedagang besar di daerah tujuan pasar yang masuk ke daerah sentra produksi.

Adapun saluran distribusi petani kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo yaitu :

**Gambar 1.2.**

*Saluran Distribusi Petani Kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo*



*Sumber : petani kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo*

Saluran distribusi petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo ini masih sederhana dan tidak menjual secara langsung ke pedagang eceran melainkan ke pedagang pengumpul. Petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo umumnya menjual hasil panen kentang ke pedagang pengumpul dan mengingat rata-rata petani memiliki hubungan dengan pedagang pengumpul atau gapoktan (Gabungan Kelompok Tani). Petani ini beranggota sebagai pedagang pengumpul yang tidak bermitra menjual hasil produksi kentangnya kepada pedagang pengumpul. Produksi kentang rendah mengakibatkan petani

menjual hasil kentangnya ke pasar lokal. Penjualan ke pedagang pengumpul dari ladang petani dilakukan petani. Saluran distribusi yang diterapkan petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo belum berkembang dengan baik yang menjadi permasalahan utama seperti mata rantai pemasaran yang cukup panjang.

**Gambar 1.3**

*Saluran Distribusi Petani Kentang kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo*



*Sumber : Petani Kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo*

Saluran Distribusi petani Kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo juga menyalurkan atau menjual hasil panen kentang ke agen kentang. Karena agen langsung menyalurkan kentang ke konsumen tidak menimbun hasil panen terlebih dahulu untuk menunggu harga yang pas untuk dijual ke konsumen.

Adapun fenomena penelitian dari jumlah petani kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo periode 2019-2023 sebagai berikut :

**Tabel 1 2.**

*Jumlah Petani Kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo*

No	Kecamatan	Jumlah Petani Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo				
		2020	2021	2022	2023	2024
1	Naman Teran	2.780	2.766	2.786	2.774	2.789

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Karo 2024*

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas terlihat jumlah petani kentang yang terdapat di daerah Naman Teran dari tahun 2020-2024 ini mengalami kenaikan dan penurunan atau fluktuatif. Jumlah petani kentang yang ada di daerah Naman Teran termasuk petani telah memiliki pengalaman menanam kentang sehingga



petani dapat mengembangkan komoditas kentang dengan baik. Jumlah petani ini memberikan pengaruh terhadap produksi kentang.

Adapun produksi kentang di kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo dapat disajikan berikut :

**Tabel 1 3.**

*Jumlah Produksi Kentang Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo*

No	Kecamatan	Produksi Kentang per kuintal di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo				
		2020	2021	2022	2023	2024
1	Naman Teran	238.450	182.200	240.400	197.200	147.800

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Karo 2024*

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas terlihat kentang merupakan salah satu jenis tanaman sayuran dikembangkan di kecamatan Naman Kabupaten Karo. Komoditas kentang diharapkan dapat berkembang biak di berbagai daerah Kabupaten Karo, terutama pada daerah yang lahannya sesuai untuk tanaman kentang seperti pada Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo. Pengembangan tanaman kentang menguntungkan bagi petani, karena kentang tidak mudah rusak, kentang sebagai sumber kalori dan protein serta kentang mempunyai pemasarannya mudah. Jumlah petani kentang di beberapa daerah ini memberikan pengaruh terhadap produksi kentang di daerah kabupaten Karo. Produksi kentang di daerah Naman Teran yang tertinggi di tahun 2022 sebesar 240.400 dibandingkan tahun sebelumnya dan tahun 2023 hingga tahun 2024. Di tahun 2023 terjadi penurunan produksi kentang padahal permintaan kentang cukup tinggi.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada mendorong peneliti membahasnya lebih mendalam mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Disinyalir keputusan pembelian sebagai berikut :

1. Kualitas kentang yang dijual Petani di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo menurun disinyalir karena adanya kentang yang dijual kulitnya terkelupas menandakan kentang masih belum matang atau dipanen terlalu muda untuk dijual ke pedagang
2. Panjangnya saluran distribusi yang dilakukan oleh Petani Karo. Petani Karo tidak melakukan saluran distribusi secara langsung ke konsumen melalui agen.

## **1.3. Batasan Masalah**

Adanya keterbatasan waktu dan biaya dimiliki peneliti maka penelitian ini ditujukan pada variabel independen berupa kualitas produk (X1) dan saluran distribusi (X2) sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Usaha yang diamati adalah Petani Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo?
2. Apakah ada Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo?
3. Apakah ada Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi bahan pertimbangan bagi Petani Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka untuk meningkatkan Kualitas Produk dan Saluran Distribusi.

2. Bagi Aspek Teoritis

Memberikan tambahan pengetahuan bagi para akademisi dalam bidang manajemen pemasaran mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1. Keputusan Pembelian**

###### **2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut (Oktarina, Nur Dita 2021), Keputusan pembelian adalah tindakan yang mengambil sebuah keputusan terhadap dua pilihan yang sejenis dan dipilih salah satu dari dua jenis barang atau produk tersebut dimana setiap orang hanya mengambil satu pilihan.

Menurut (Situmorang 2024), Keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam memilih dari dua atau lebih alternatif perilaku, yang dianggap sebagai tindakan paling tepat untuk membeli.

Menurut (Febriansah, Rizky Eka 2020), Pengambilan keputusan adalah sebuah mekanisme dalam melakukan penilaian dan menyeleksi sebuah atau beberapa pilihan.

Menurut (Sinaga, H, D 2024), Keputusan Pembelian adalah proses pengambilan dimana individu atau kelompok membeli suatu kebutuhan baik barang atau jasa yang dapat digunakan untuk keperluannya.

Menurut (Lestari, et all 2022), Keputusan Pembelian merupakan suatu tindakan dari konsumen untuk mau membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Menurut (Faustina & Maryati, 2023) Keputusan Konsumen adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan Keputusan Pembelian merupakan proses kognitif yang dilalui oleh konsumen dalam rangka menentukan pilihan terhadap produk atau jasa yang akan dibeli. Proses ini melibatkan serangkaian tahapan yang dimulai dari pengenalan kebutuhan hingga evaluasi pasca pembelian.

#### **2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut (Pasolong 2023), menyampaikan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yaitu:

1. Adanya pengaruh tekanan dari luar: Adanya pengaruh tekanan dari luar merupakan suatu proses yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan tergantung dari banyaknya tekanan yang diterima.
2. Adanya pengaruh kebiasaan lama atau sifat-sifat pribadi: Faktor sifat yang baik maupun tidak baik yang ada dalam diri seseorang pembuat keputusan, merupakan hal yang dapat mempengaruhi keputusannya tersebut. Dalam hal ini seorang pembuat keputusan akan terbiasa dengan sifat pribadinya.
3. Pengaruh dari kelompok lain: Kelompok lain juga dapat mempengaruhi suatu keputusan dikarenakan kelompok tersebut mempunyai keputusan yang dapat dipertimbangkan oleh pemimpin kelompok lain dalam menyikapi masalah.
4. Faktor pengalaman: Faktor pengalaman seorang pembuat keputusan adalah hal yang sangat penting, karena banyaknya pengalaman orang tersebut maka ia akan berani dalam menentukan keputusan.

### **2.1.1.3 Tahap - tahap Pengambilan Keputusan**

Menurut (Febriansah, Rizky Eka 2020), ada beberapa langkah tahap-tahap pengambilan keputusan, yaitu:

1. Pemahaman dan menyatakan dasar permasalahan: Konsumen sering berhadapan dengan kenyataan bahwa permasalahan yang sulit dipecahkan atau sukar diidentifikasi, bukan merupakan dasar dari sebuah permasalahan. Para konsumen dapat memahami masalah yang sedang dihadapi dengan beberapa fase. Pertama, konsumen secara sistematis menguji hubungan sebab-akibat. Kedua, konsumen menganalisis perubahan atau penyimpangan normal sebuah permasalahan yang sedang berlangsung.
2. Pengembangan solusi alternatif membantu pemimpin menghindari keputusan terburu-buru dan mendorong pembuatan keputusan yang lebih efektif, meskipun tidak selalu ideal, untuk mencapai penyelesaian masalah secara optimal.
3. Pencarian dan proses data analisis yang signifikan: Setelah mengidentifikasi masalah, konsumen harus merencanakan langkah selanjutnya, yaitu menentukan data dan informasi yang diperlukan, serta memastikan data tersebut dapat diperoleh tepat waktu dan relevan.
4. Evaluasi Solusi alternatif: Setelah mengajukan berbagai alternatif solusi, konsumen perlu melakukan evaluasi terhadap opsi-opsi tersebut. Tujuan evaluasi ini adalah untuk menilai sejauh mana setiap alternatif dapat efektif menyelesaikan masalah.
5. Pemilihan alternatif solusi terbaik: Pemilihan alternatif solusi terbaik

merupakan hasil dari evaluasi terhadap berbagai opsi yang ada. Alternatif yang dipilih harus didasarkan pada kemampuan konsumen dalam menghadapi konsekuensi yang mungkin muncul setelah implementasi solusi tersebut.

6. Implementasi keputusan: Setelah memilih solusi terbaik, konsumen perlu merencanakan langkah-langkah untuk menghadapi potensi masalah, mempertimbangkan risiko, serta menyusun prosedur pelaporan dan tindakan preventif jika terjadi penyimpangan selama pelaksanaan keputusan.
7. Evaluasi hasil keputusan: Implementasi keputusan harus dievaluasi secara berkala. Konsumen perlu menilai apakah pelaksanaan keputusan telah berjalan dengan baik dan apakah hasil yang dicapai sesuai dengan target yang ditetapkan.

#### **2.1.1.4 Jenis Keputusan Berdasarkan kategorinya**

Menurut (Pasolong 2023), menyampaikan bahwa jenis keputusan berdasarkan kategorinya, yaitu:

1. Keputusan Representasi, yaitu suatu keputusan dapat disebut keputusan representasi apabila pengambil keputusan menghadapi informasi yang cukup banyak, dan mengetahui dengan tepat bagaimana memanipulasi informasi tersebut. Dengan begitu, akan lebih mudah dibuatkan model sehingga model itu mewakili informasi yang tersedia.
2. Keputusan Empiris, yaitu suatu keputusan yang miskin informasi tetapi memiliki cara yang jelas untuk memproses informasi pada saat informasi itu diperoleh, disebut keputusan empiris. Keputusan ini terdapat ambiguitas serta



konflik yang potensial mengenai informasi mana yang harus dicari bagaimana menduga serta memperkirakan peristiwa-peristiwa yang tidak pasti. Tugas utama dari pengambil keputusan adalah mencari informasi lagi.

3. Keputusan Informasi, yaitu suatu situasi yang kaya informasi, tetapi diliputi kontroversi tentang bagaimana memproses informasi itu, akan menghasilkan apa yang disebut keputusan informasi. Konflik muncul ketika lahir perbedaan tentang informasi mana yang akan diproses dan yang akan digunakan untuk membuat prediksi-prediksi. Integrasi pemikiran diantara para pengambil keputusan terutama cara mengenai informasi, diperlukan untuk meluruskan jalan kepada pembuat keputusan.
4. Keputusan Eksplorasi yaitu jenis keputusan yang miskin informasi dan tidak ada kata sepakat tentang cara yang hendak digunakan untuk memulai mencari informasi. Ambiguitas muncul terutama tentang dari mana usaha pembuatan keputusan hendak dimulai dan perasaan khawatir akan terjadi konflik karena tidak tersedia cara untuk mengantisipasi sasaran potensial. Dalam hal ini harus ada eksplorasi yang dilakukan untuk menemukan informasi yang tepat.

#### **2.1.1.5 Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut (Lotte; Irawan 2023) Ada tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian yaitu :

1. Kemantapan pada sebuah produk.

Pada saat melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif. Pilihan yang ada didasarkan pada mutu, kualitas dan faktor lain

yang memberikan kemantapan bagi konsumen untuk membeli produk yang dibutuhkan. Kualitas produk yang baik akan membangun semangat konsumen sehingga menjadi penunjang kepuasan konsumen.

## 2. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama. Ketika konsumen telah melakukan keputusan pembelian dan mereka merasa produk sudah melekat dibenaknya bahkan manfaat produk sudah dirasakan. Konsumen akan merasa tidak nyaman jika membeli produk lain.

## 3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk

Konsumen sering mengambil sebuah keputusan dengan menggunakan aturan (heuristik) pilihan yang sederhana. Heuristik adalah sebuah proses yang dilakukan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan secara tepat, menggunakan sebuah pedoman umum dalam sebagian informasi saja.

## **2.1.2 Kualitas Produk**

### **2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, mempengaruhi sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengonsumsi suatu produk seperti selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan (Ramdan, Siwiyanti, Komariah 2023).

Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. Kualitas produk juga merupakan kondisi yang selalu berubah misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini berkualitas mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang (Pahmi 2024).

Kualitas produk juga merupakan tingkat kemampuan dari suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, kualitas produk ditentukan oleh daya tarik produk, spesifikasi, bahan, teknik pembuatan dan keahlian dalam pembuatannya (Arinawati 2019).

Kualitas produk juga dapat didefinisikan sebagai sebuah proses evaluasi secara keseluruhan mengenai produk tersebut bagi pelanggan yang dapat digunakan dalam upaya meningkatkan kinerja produk tersebut (Darsana, et al 2023).

Kualitas produk adalah persepsi dari setiap konsumen terkait kualitas atau keunggulan suatu produk dan jasa secara keseluruhan dengan maksud yang diinginkan oleh konsumen (Widodo 2023).

Berdasarkan definisi di atas disimpulkan kualitas produk merupakan sejauh mana suatu produk mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna dengan konsisten.

### **2.1.2.2 Ciri-ciri Kualitas Produk**

Kualitas produk juga merupakan tingkat kemampuan dari suatu produk dalam melaksanakan fungsinya. Kualitas produk ditentukan oleh daya tarik

produk, spesifikasi, bahan-bahan, teknik pembuatan dan keahlian dalam pembuatannya. Dalam menjamin kualitas produknya, setiap perusahaan harus mengadakan pengujian dan pengawasan secara rutin dan terpadu. Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan itu didasarkan ciri utama yaitu :

1. Teknologi, kekuatan atau daya tahan.
2. Psikologi, citra rasa atau status.
3. Waktu, kehandalan.
4. Kontraktual, adanya jaminan.
5. Dimensi kualitas produk (Arinawati 2019).

### **2.1.2.3 Strategi Kualitas Produk**

Dalam menciptakan dan meningkatkan kualitas produk, setiap perusahaan harus melaksanakan berbagai strategi, yaitu :

1. Penyempurnaan Kualitas

Penyempurnaan kualitas ditujukan untuk meningkatkan faedah atau manfaat fungsional produk dan termasuk masalah dalam keawetan produk, kecepatan serta citarasanya.

2. Penyempurnaan ciri khas produk

Strategi penentu kualitas ini, ialah ditujukan untuk menambah ciri khas produk tertentu yang bisa meningkatkan keserbagunaan, keselamatan, pendayagunaan dan kenyamanan pemakainya produk.

3. Perteknikan strategi

Perteknikan bisa digunakan untuk meningkatkan kualitas produk. Strategi perteknikan ini bisa meningkatkan ciir keselamatan cara pemakaian produk yang bersangkutan.

4. Keanekaragaman strategi

Keanekaragaman ini bisa digunakan untuk keanekaragaman produk dan pendayagunaan produk untuk kepentingan konsumen.

5. Pernyataan kualitas produk

Pernyataan kualitas produk bisa dinyatakan dalam:

- a. Keterangan produk yang sudah dikenal konsumen misalnya prima dan superior.
- b. Dengan menyebutkan asalnya (Merina 2024).

#### **2.1.2.4 Manfaat Kualitas Produk**

Manfaat yang akan diperoleh perusahaan jika mampu membuat kualitas produk atau jasa yang baik yaitu :

1. Meningkatkan pangsa pasar. Target pemasaran akan meningkat seiring banyak pelanggan yang sudah percaya dengan produk atau jasa.
2. Meminimalisir biaya. Kepuasan pelanggan yang baik akan meminimalisir pembuatan produk barang atau jasa, karena orientasi perusahaan ada pada jenis tipe, waktu dan jumlah produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
3. Memberikan dampak internasional. Semakin banyak pelanggan yang

diperoleh, maka produk atau jasa yang dimiliki tentunya akan semakin terkenal, baik itu secara lokal maupun internasional.

4. Meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan yang mampu membuat produk atau jasa dengan kualitas baik tentunya akan memperoleh predikat baik dimata konsumennya dan hal tersebut tentunya akan meningkatkan citra perusahaan (Widodo 2023).

#### **2.1.2.5 Indikator Kualitas Produk**

Indikator dari kualitas produk yang dikenal selama ini adalah terdiri dari :

1. Kinerja  
Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Daya tahan  
Berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi  
Sejauhmana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Fitur  
Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

## 5. Reliabilitas

Probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut akan dapat diandalkan.

## 6. Estetika

Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau dan bentuk dari produk.

## 7. Kesan kualitas

Kesan kualitas merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan (Untari 2019).

### **2.1.3 Saluran Distribusi**

#### **2.1.3.1 Pengertian Saluran Distribusi**

Saluran distribusi merupakan suatu lembaga pemasaran baik itu milik produsen maupun bukan, yang bertugas untuk menyalurkan produk baik ke konsumen maupun ke konsumen industri berdasarkan prinsip manajemen perusahaan yang telah ditetapkan (Alimin, et all 2022).

Saluran distribusi adalah salah satu bagian dalam saluran pemasaran yang memiliki fungsi sebagai penyalur hasil produksi ke konsumen atau pasar. Selain itu, saluran distribusi juga berperan sebagai fasilitator atau bagian yang menghubungkan antara konsumen dengan produsen. Dengan adanya saluran

distribusi mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan (Syahputra, et al 2023).

Saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri (Tjoe, et al 2022).

Saluran distribusi adalah suatu jalur perantara pemasaran baik transportasi maupun penyimpanan suatu produk barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Saluran distribusi disebut juga saluran pemasaran, pada prinsipnya membuat barang dan jasa tersedia bagi konsumen akhir (Prahendratno, et al 2023).

Saluran distribusi adalah suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen ke konsumen (Tibrani 2023).

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan saluran distribusi merupakan jalur atau proses yang digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan produk atau jasa dari produsen ke konsumen akhir.

### **2.1.3.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Saluran Distribusi**

Faktor-faktor mempengaruhi strategi distribusi yaitu :

#### **1. Lokasi bisnis yang dijalankan**

Lokasi adalah salah satu faktor penting bagi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Lokasi yang strategis adalah lokasi yang memudahkan bagi perusahaan tersebut dalam menyalurkan hasil



produksinya ke konsumen. Lokasi yang strategis adalah lokasi yang memudahkan saluran distribusi misalnya jika perusahaan tersebut berdekatan dengan stasiun kereta api, dekat dengan pelabuhan, dekat dengan bandara atau dekat dengan tol yang memudahkan pendistribusian barang melalui darat.

## 2. Sifat produk

Jenis produk dan karakteristiknya sangat mempengaruhi strategi distribusi. Produk yang mudah rusak atau memerlukan penanganan khusus mungkin memerlukan saluran distribusi yang lebih pendek atau lebih terkendali. Produk yang tidak memerlukan penanganan khusus mungkin lebih cocok untuk distribusi melalui berbagai saluran.

## 3. Tujuan Pasar

Sasaran pasar perusahaan, baik dalam hal geografis maupun demografis, dapat memengaruhi strategi distribusi. Pasar global memerlukan saluran distribusi internasional, sementara pasar lokal mungkin membutuhkan saluran distribusi yang lebih terlokalisasi.

## 4. Segmentasi Pasar

Jika perusahaan memiliki beberapa segmen pasar dengan kebutuhan yang berbeda, strategi distribusi dapat disesuaikan untuk melayani masing-masing segmen dengan cara yang paling efektif.

## 5. Biaya dan Efisiensi

Biaya yang terlibat dalam distribusi memainkan peran penting dalam menentukan strategi. Saluran distribusi yang lebih panjang mungkin

menghasilkan biaya yang lebih tinggi, sementara distribusi langsung mungkin lebih efisien tetapi memerlukan investasi lebih besar (Syahputra, et all 2023).

### 2.1.3.3 Fungsi Saluran Distribusi

Adapun fungsi dari saluran distribusi mencakup beberapa hal, yaitu :

1. Informasi (*Information*), adalah sebagai pengumpul dan penyebar informasi riset pemasaran tentang potensi dan kemampuan pasar, pesaing dan kekuatan-kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran.
2. Promosi (*Promotion*) adalah sebagai pengembangan dan penyebaran komunikasi.
3. Negosiasi (*Negotiation*) adalah usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal-hal lain yang berhubungan dengan perpindahan hak milik.
4. Pemesanan (*Odering*) adalah komunikasi saluran ke belakang mengenai minat membeli oleh anggota saluran pemasaran ke produsen.
5. Pembiayaan (*Financiang*) adalah permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya saluran pemasaran tersebut.
6. Pengambilan risiko (*Risk Taking*) adalah perkiraan besar resiko berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran tersebut.
7. Kepmilikan fisik (*Physical Possession*) adalah milik dari penyimpanan dan pergerakan barang secara fisik dari bahan mentah sampai ke konsumen akhir.

8. Pembayaran (*Payment*) adalah arus pembayaran atau uang kepada penjual atas jasa atau produk atau jasa yang telah diserahkan.
9. Kepemilikan (*Tittle*) adalah arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran lainnya (Alimin, et all 2022).

### **2.1.3.5 Indikator Saluran Distribusi**

Indikator saluran distribusi (Tibrani 2023).adalah :

1. Biaya distribusi.  
Informasi yang dibutuhkan adalah klasifikasi biaya utama dan sub biaya utama seperti biaya persediaan, pemrosesan, pesanan, retur penjualan, pelayanan, transportasi, pengepakan, penggudangan dan lain-lain. Dari data tersebut kemudian dilakukan analisis biaya, seperti memperkirakan perilaku biaya saluran alternatif dengan menggunakan data-data yang relevan.
2. Cakupan pasar  
memperkirakan perubahan penjualan jika penetrasi baru benar-benar dilakukan.
3. Layanan pelanggan  
mengidentifikasi jasa layanan yang diinginkan pelanggan, kemudian memilih saluran distribusi dengan cara menyesuaikan kesanggupan dan kesediaan setiap alternative saluran untuk memberikan jasa tersebut.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu dapat disajikan sebagai berikut :

**Tabel 2 1.**  
*Penelitian Terdahulu*

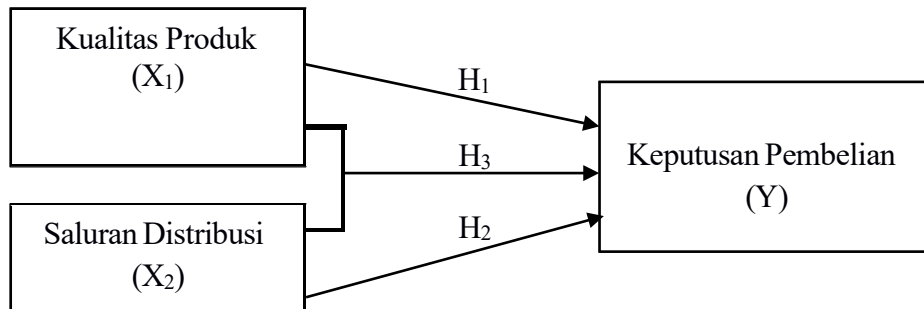
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil penelitian
1	(Busyra 2022) JIMEA-Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi) Vol. 6 No. 3, 2022 E-ISSN : 2621-5306 Universitas Muhammadiyah <a href="https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271">https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271</a>	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor	Variabel indenpenden adalah Kualitas Produk. Variabel dependen : Keputusan Pembelian	Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	(Ghozali dan Purwanto 2019) JBE-Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol. 26 (1) : 49-57, 2019 ISSN (online) : 2655-3066 STIE Pelita Nusantara <a href="https://www.unisba-nk.ac.id/ojs">https://www.unisba-nk.ac.id/ojs</a>	<i>Green Product</i> , Saluran Distribusi dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Variabel indenpenden adalah <i>Green Product</i> , Saluran Distribusi dan <i>Brand Image</i> . Variabel dependen : Keputusan Pembelian.	<i>Green product</i> mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, saluran distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, <i>brand image</i> berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3	(Sari dan Prihartono 2021) JIME-Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi) Vol. 5 No. 3, 2021 F-ISSN : 2621-5306 <a href="https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573">https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573</a>	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)	Variabel indenpenden adalah Harga dan Kualitas Produk. Variabel dependen adalah Keputusan Pembelian.	Harga produk memiliki dampak positif signifikan pada keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki dampak positif signifikan pada keputusan pembelian.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil penelitian
4	(Khdrunnisa; Widodo 2024) KEAT-Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan Vol. 1 No. 4 Desember 2024 e-ISSN : 3046-9414 Universitas Islam Kediri <a href="https://doi.org/10.61132/keat.v1i4.473">https://doi.org/10.61132/keat.v1i4.473</a>	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV Pramita Kediri	Variabel independen : Kualitas Produk, Harga dan <i>Word of Mouth</i> . Variabel dependen : Keputusan Pembelian.	Kualitas Produk, Harga dan <i>Word of Mouth</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
5	(Turyandi 2021) JIMEA-Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi Vol. 5 No. 1 (2021) E-ISSN : 2621-5306 Universitas Al-Ghifati Bandung <a href="https://doi.org/10.31955/mea.v5i1.880">https://doi.org/10.31955/mea.v5i1.880</a>	Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Sebagai Faktor Dominan Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Bandung Raya	Independent Variable : Kualitas Produk dan Saluran Distribusi. Dependent Variable : Keputusan Pembelian	Kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 2. 1.**  
*Kerangka Konseptual*



### 2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini yaitu :

H<sub>1</sub> : Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

H<sub>2</sub> : Terdapat Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

H<sub>3</sub> : Terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.1.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada Agen Kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo beralamat di Kecamatan Naman Teran, Kabupaten Karo, Sumatera Utara 22151.

#### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dimulai dari bulan Februari 2025 – Mei 2025.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.2.1 Jenis Data**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi (Dorthy 2023).

#### **3.2.2 Sumber Data**

Sumber data penelitian ialah: sumber data primer yaitu : hasil jawaban responden atas kuesioner, wawancara dan sumber data sekunder yaitu : hasil studi dokumentasi dan studi pustaka.

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber secara langsung memberikan data pada pengumpul data (Jaya 2020).

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu wilayah dan waktu tertentu. Populasi adalah subjek pada wilayah serta waktu tertentu yang akan diamati atau diteliti oleh peneliti (Dorthy 2023). Populasi seluruh agen pembeli Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo berjumlah 55 agen kentang .

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan objek penelitian. Menurut Dorthy sampel diperlukan dalam penelitian kuantitatif karena sangat menghabiskan banyak waktu, tenaga dan biaya apabila peneliti harus meneliti seluruh individu dalam suatu populasi (Dorthy 2023). Dikarenakan jumlah populasi yang berjumlah 55 agen kentang, maka peneliti akan menggunakan sampel jenuh dimana seluruh populasi akan dijadikan sebagai sampel penelitian.



### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Manfaat definisi operasional variabel adalah memberikan makna spesifik pada suatu variabel, termasuk cara pengukuran dan pengamatan yang diperlukan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian. Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu definisi yang berdasarkan karakteristik mengenai hal yang dapat di observasi, sehingga dapat menunjukkan yang harus dilakukan oleh peneliti dalam menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan (Dorthy 2023). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Bebas ( *Independent* Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan pada variabel yang lainnya. Dengan kata lain, jika terjadi perubahan pada suatu variabel, perubahan tersebut disebabkan oleh variabel bebas ini (Dorthy 2023).

2. Variabel Terikat ( *Dependent* Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang bisa dipengaruhi oleh variabel yang lainnya. Oleh karena itu, keberadaannya dianggap sebagai akibat dari kehadiran variabel bebas (Dorthy 2023).

Variabel yang diteliti diukur dengan menggunakan skala likert. Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap responden tentang suatu fenomena sosial yang disusun dalam bentuk pernyataan yang dilengkapi dengan kategori jawaban yang sama untuk setiap item (Rahabav 2023).

Definisi operasional masing-masing variabel dapat disajikan pada tabel

3.1. sebagai berikut :

**Tabel 3 1.**  
*Definisi Operasional Variabel Penelitian*

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan yang mengambil sebuah keputusan terhadap dua pilihan yang sejenis dan dipilih salah satu dari dua jenis barang atau produk tersebut dimana setiap orang hanya mengambil satu pilihan. Sumber : (Oktarina, Nur Dita 2021)	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk Sumber : (Lotte; Irawan 2023)	Likert
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. Sumber : (Pahmi 2024)	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Fitur 5. Reliabilitas 6. Estetika 7. Kesan kualitas Sumber: (Untari 2019)	Likert
Saluran Distribusi (X <sub>2</sub> )	Saluran distribusi adalah suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen ke konsumen. Sumber : (Tibrani 2023)	1. Biaya distribusi. 2. Cakupan pasar. 3. Layanan pelanggan. Sumber : (Tibrani 2023)	Likert

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah : kuisisioner, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan :

#### 1. Angket atau Kuesioner

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang dia ketahui (Mustafidah and Suwarsito 2018).

Angket atau Kuisioner diberikan kepada etani Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo beralamat di Kecamatan Naman Teran, Kabupaten Karo.

**Tabel 3 2.**  
*Skala Likert*

No	Pilihan	Skala Nilai
1	Setuju Sekali	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Kurang setuju	2
5	Tidak Setuju	1

Sumber : (Rahabav 2023)

## 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka mencari landasan teoritis dari permasalahan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan bukan kegiatan yang bersifat trial and error, akan tetapi kegiatan tersebut benar-benar untuk mencari dasar-dasar teoritis yang ada (Hidayat 2021). Peneliti menggunakan dokumen berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas dalam penelitian ini.

## 3.6. Teknik Analisis Data

### 3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r

hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel di mana  $df = n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel <  $r$  hitung maka valid (Wiratna Sujarweni 2019).

### **3.6.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliable (Wiratna Sujarweni 2019).

### **3.6.3 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Hasbiah 2024).

### **3.6.4 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.6.4.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji  $t$  dan uji  $F$  mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang

kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik.

#### 1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati – hati secara visual kelihatan normal, pada hal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan di samping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan *skewness* dari residual. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov – Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal (Ghozali 2018).

### 3.6.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam

proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Wiratna Sujarweni 2019).

### 3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang berbeda disebut Heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas :

1. Melihat Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual (  $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$  ) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:
  - a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
  - b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji *Glejser* dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolut Ut (AbsUt)*.

### 3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan melakukan pengujian hipotesis dan pengujian asumsi klasik. Model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana:

- Y : Keputusan Pembelian
- a : konstanta
- X<sub>1</sub> : Kualitas Produk
- X<sub>2</sub> : Saluran Distribusi
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : koefisien regresi
- e : *error* (5%)

### 3.6.6 Pengujian Hipotesis

#### 3.6.6.1 Uji t (Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).



Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dari  $t_{tabel}$  menurut Sujarweni (2019):

1. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

### 3.6.6.2 Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).

Kesimpulan uji F :

1. Jika  $Sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima
2. Jika  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
3.  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak
4.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima (Sujarweni, 2019).

Jika signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

### 3.6.7 Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika  $R^2$  semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika  $R^2$  semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah (Wiratna Sujarweni 2019).

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, SARAN AKADEMIS, DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara saluran distribusi terhadap keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.
3. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

## 5.2 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

### 1. Mengeksplorasi Variabel Penelitian lainnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, penulis menyarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mengeksplorasi variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian hasil panen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo selain variabel kualitas produk dan saluran distribusi.

### 2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian kuesioner hanya diambil dari satu wilayah saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh distributor sayuran yang ada di Sumatera Utara.

### 3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 55 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

## 5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka implikasi manajerial yang dapat diberikan kepada agen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo sebagai berikut :

1. Agen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo harus mempertahankan kualitas produk terhadap keputusan pembelian:
  - a. Agen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo disarankan agar memastikan kentang yang dipasarkan dalam kondisi layak konsumsi, termasuk menghindari kentang berwarna hijau karena dapat mengandung solanin yang berbahaya bagi kesehatan konsumen, sehingga dapat menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
  - b. Agen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo diharapkan agar memperhatikan preferensi konsumen dalam memilih kentang dengan ukuran dan berat yang seragam dalam satu kemasan, karena kemasan yang seragam akan memudahkan proses distribusi, penyimpanan, serta meningkatkan daya tarik produk di pasar.
2. Saluran distribus produk kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo perlu diperhatikan, sehingga agen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo harus memperhatikan:
  - a. Agen ketang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo disarankan agar terus meningkatkan standar kualitas hasil pertanian, khususnya kentang, karena produk berkualitas tinggi tidak hanya mampu menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan lama, yang secara langsung berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan secara berkelanjutan.
  - b. Agen kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo diharapkan agar mampu menekan biaya distribusi melalui pemilihan

jalur distribusi yang efisien dan sistem logistik yang terorganisir, karena tingginya biaya distribusi selama ini menjadi kendala utama dalam memperluas jangkauan pasar kentang ke wilayah yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, F. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Mahardhika*, 22(2), 271-27
- Afrida, F., & Setyorini, D. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Green Innovation Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Sustainable Accounting Sebagai Variabel Moderating. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 10(2), 221-233.
- Afrida, F., Nasution, L. E., Setyorini, D., Harahap, D. S., Sihombing, I. R., & Simbolon, D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Quizizz sebagai Media Pembantu Guru dalam Pembuatan Soal Pilihan Berganda pada Guru-guru di SMKS Budi Agung Medan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(08), 698-704.
- Afrizal, A., Marliyah, M., & Fuadi, F. (2021). Analisis Terhadap Cryptocurrency (Perspektif Mata Uang, Hukum, Ekonomi Dan Syariah). *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 13-41.
- Afrizal, S. S., & Sugianto.(2022). Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *Jurnal EMT Kita*, 6(1), 147-157.
- Alfiana, A., Loo, P., Judijanto, L., Rakinaung, J. C., & Durya, N. P. M. A. (2024). Analysis Of The Effect Of Macroeconomic Variables On Returns Of Mutual Fund Shares Traded At State Owned Bank. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 223-228.
- Bukit, N., Siagian, S. H., & Nainggolan, S. G. V. (2023). Effect of Current Ratio and Activity Ratio on Profitability in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (2018-2021). *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 603-608.
- Chusumastuti, D., Elisabeth, C. R., Nurali, N., Suryadharma, M., & Sinaga, H. D. E. (2023). Gangguan digital dan transformasi ekonomi: menganalisis dampak e-commerce terhadap industri tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 173-185.
- Darmawati, D., Hidayah, Y., Tarigan, E., Amril, A., & Loo, P. (2023). Pengaruh Prestasi Kerja, Jabatan Kerja, Kepemimpinan Transformatif, Kepedulian Lingkungan dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Guru SMA di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(3), 745-771.
- Gultom, P., January, W., & Tiofanny, C. (2025). Studi Literatur: Pengembangan Talenta Digital untuk Transformasi Digital di Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 1-13.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Hek, T. K., & Angeline, V. (2020). Analisis Pengaruh Return On Asset, Current Ratio, Debt To Equity, dan Total Asset Turnover Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI pada Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 8(6).
- Hek, T. K., & Gani, P. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Pajak PBB di Kecamatan Patumbak. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1001-1006.
- Hek, T. K., Pardede, S. L. A., & Pangestu, Y. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan

Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 9(3).

- Hutabarat, M. I., Firmansyah, E., Sitompul, S., Loo, P., Harahap, N. D., & Zai, F. Y. (2022). Meningkatkan Kesadaran Kaum Muda dengan Memahami Penghasilan Tidak Kena Pajak bagi Siswa SMA Swasta Indonesia Membangun Medan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 40-48.
- Irawati, N., Sinaga, H. D., & Siddik, M. (2018). PEMBELAJARAN TEKNOLOGI KOMPUTER BIDANG PERKANTORAN BAGI PERANGKAT DESA DI KECAMATAN BUNTU PANE. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(2), 19-22.
- Kaseng, A., Tamba, I. F. U., Hou, A., Nainggolan, S. G., & Tambunan, D. (2024). Dampak Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UKM. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 8464-8475.
- Loo, P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kesehatan terhadap kepuasan pasien BPJS pada RS. Insani Stabat. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(1), 1.
- Loo, P. (2021). Pengaruh Pengawasan, Kepuasan Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pada Hotel Grand Aston Medan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1).
- Loo, P., & Kristina, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68-78.
- Loo, P., & Marpaung, L. W. (2024). Workshop Suply Chain Manajemen Untuk Meningkatkan Efisiensi Bisnis Dengan Menggunakan Aplikasi Moonsonsim Di SMA Wiyata Dharma. *Jurnal TUNAS*, 5(2), 93-97.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Loo, P., Novilia, F., Raharjo, T. B., Semmawi, R., & Abas, A. J. (2024). The Influence Of Shopping Lifestyle On Impulse Buying Behavior With Positive Emotion As A Moderating Variable. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1526-1534.
- Loo, P., Situmorang, I. R., Simarmata, A., & Nainggolan, S. G. (2023). Sosialisasi Cara Sehat Mengelola Keuangan Keluarga Kepada Para Ibu di GKPI Jemaat Khusus Teladan. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 2(02), 66-72.
- Majid, M. S. A., Marliyah, M., Handayani, R., Fuadi, F., & Afrizal, A. (2022). A study of literature: Cryptocurrency of Syariah perspective. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBA)*, 2(1), 93-102.
- Muhajir, A., Sinaga, H. D. E., Utami, E. Y., Karo-karo, A. P., & Triadi, D. (2024). Pengaruh Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Penerimaan Pasar pada Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 103-114. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.368>
- Nadia, C., Hambali, H., & Sinaga, H. D. E. (2022). IMPLEMENTATION GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS IN UMKM MAPPING IN THE BATU BATU REGENCY. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 3(4), 969-974.
- Nainggolan, S. G. (2019). Sistem Informasi Akuntansi Kredit Konsumtif CV. Multi Global

Perkasa. *Jatilima*, 1(2), 22-32.

- Nainggolan, S. G. V., & Simarmata, A. M. (2023). PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA UNTUK UMKM. *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 20-25.
- Nainggolan, S. G., & Bukit, N. (2023). Pengaruh Kinerja Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan PT. Industri Karet Deli Periode 2009-2021. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(02), 71-77.
- Nicholas, N., Sinaga, H. D. E., & Rezeki, S. (2023). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGETAHUAN TEKNOLOGI, KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNA MOBILE BANKING DENGAN MEDIASI ANIMO TRANSAKSI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 724-740.
- Nurdiani, T. W., Anas, M., Afrizal, A., & Sulistiana, I. (2023). The impact of data volume and analytical complexity in Big Data technology on financial performance prediction in financial companies in Indonesia. *The ES Accounting And Finance*, 2(01), 64-76.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Putri, C. S., Sembiring, M. A., & Sinaga, H. D. E. (2022). Skin Disease Detection Expert System Using Naive Bayes Classifier Method. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 9(1), 91-96.
- Sari, N. L., Saputra, H., & Sinaga, H. D. E. (2021). Implementasi Supply Chain Management Berbasis Web Untuk Pengelolaan Stok Dan Distribusi Spare Part Handphone Pada Erwin Ponsel. *J-Com (Journal of Computer)*, 1(2), 103-108.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. (2020). Pengembangan Kemampuan Guru dalam Menjalankan PJJ Menggunakan Teknologi Dan Media Pembelajaran Daring. *Jurnal Anadara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 381-387.
- Sibuea, D. N., Simorangkir, E. N., & Wahyuni, P. (2023). Pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan, ROA, current ratio dan total asset turnover terhadap struktur modal pada perusahaan property & real estate di BEI tahun 2019-2021. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5292-5306.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Pengembangan media pembelajaran ular tangga aljabar siswa sekolah dasar. *Jurnal Education and Development*, 6(2), 9-9.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Peningkatan Kemampuan Matematika Siswa Sekolah Dasar Melalui Media Pembelajaran Ular Tangga Aljabar. *Jurnal Mathematics Paedagogic*, 3(1), 25-30.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). Analisis perilaku minat wisatawan berkunjung kembali ke pulau samosir. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.



- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *Journal of Science and Social Research*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Melirik Hidroponik Sayuran Segar Skala Rumah Tangga Sebagai Peluang Usaha. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(1), 29-33.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Perbandingan double moving average dengan double exponential smoothing pada peramalan bahan medis habis pakai. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 4(2), 197-204.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2022). Penerapan Trend Moment Untuk Meramalkan Penjualan Produksi Kelapa Sawit Di Kebun Buntu Pane, Kabupaten Asahan. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 6(2), 601-614.
- Sinaga, H. D. E., & Latiffani, C. (2019). Motivasi Dan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Perekonomian Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Sendang Sari Kec. Kisaran Barat. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(1), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina, S. (2024). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science and Social Research*, 7(1), 38-43.
- Sinaga, H. D. E., Hutahaeen, J., & Siagian, Y. (2020). Kreatif, indah dan berpeluang bisnis lewat Kokedama. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(3).
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Sinaga, H. D. E., Lazuardi, D., & Wangsa, F. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1656-1663.
- Sinaga, H. D. E., Piliang, R., & Anggraeni, D. (2022). Belajar Membuat Grafik Linier Sederhana Bagi Siswa SMA Panti Budaya Kisaran. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(3), 139-144.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Manik, D. (2022). Pemanfaatan Tumbuhan Melalui Edukasi Ecoprint Yang Ramah Lingkungan Di Kecamatan Air Joman. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(3), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Syah, A. Z. (2021). Mengembangkan Kreativitas Ibu-ibu Dharma Wanita Persatuan Melalui Ecoprint di RSUD HAMS. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(2), 74-80.
- Sinaga, H. D. E., Syafnur, A., & Irawati, N. (2021). Pelatihan Pemantapan Pengolah Kata dan Angka Untuk Pembuatan Laporan Kepada Pegawai Pemerintahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(2), 181-188.
- Sinaga, H. D. E., Syamsulbahri, S., Muhajir, A., & Darmayanti, N. (2024). Analysis of the Effect of Social Media Usage, Search Engine Optimization, and Content Strategy on Business Growth in the E-Commerce Industry in Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 2(01), 11-18.
- Sinaga, H. E., Fenny, F., Nainggolan, E., & Januarty, W. (2024). The Effect of Environmental Awareness, Sustainable Corporate Image, and Green Product Price on Consumer Purchase Intention in Indonesia. *West Sci. Soc. Humanit. Stud*, 2(05), 899-911.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL

KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.

- Situmorang, F., & Pane, Y. (2024). Internal Company Behavioral factors that influence financial fraud. *Journal Accounting International Mount Hope*, 2(1), 57-66.
- Situmorang, I. R., & Situmorang, F. (2022). Penerapan absensi berbasis sistem digitalisasi di PT. Abdi Budi Mulia. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 83-89.
- Sujinny, S., Loo, P., & Nasution, L. E. (2024). The Role of People's Business Credit (Kur) and The Use of E-Marketing For The Development of Msmes In Medan Deli District In Medan City. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(1), 233-243.
- Swasono, M. A. H., Bakti, R., Yusniar, Y., Silaen, M., & Afrizal, A. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Kelangsungan dan Mengembangkan Usaha Bakmie Purnama. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 16-26.
- Tambunan, D., Amalia, F., Yanuarisa, Y., Grace, S., Nainggolan, V., & Fadila, Z. (2022). Improving accounting understanding through mathematical logical intelligence and emotional intelligence through learning interest student at mahkota tricom superior university. *Jurnal Mantik*, 6(2), 1506-1513.
- Tan, K. H., Maria, E., & Christin, S. (2020). Pengaruh Perputaran kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Return On Equity Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 3(1), 27-38.
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P., & Silaban, P. S. (2022). Tax Planning and Tax Avoidance The Effect on the Value of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3849-3855.
- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.
- Wibaselpa, A., Santosa, T. A., Batjo, S. N., Fauzi, R. U. A., Nugraha, A. R., Sinaga, H. D. E., & Wulandari, A. S. R. (2025). The role of employee engagement in increasing Millennial and Gen Z employee retention. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 51-56.
- Yanti, E. D., Efendi, B., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan sistem bimbingan konseling metode forward chaining mts s ppm shadr el-islam asahan. *JUTSI: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 1(3), 203-210.

## **Lampiran 1**

### **Lembaran Kuesioner**

#### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PENDAPATAN PETANI KENTANG DI KECAMATAN NAMAN TERAN KABUPATEN KARO**

Dalam rangka penyelesaian skripsi maka saya akan membagikan kuesioner kepada Bapak/Ibu untuk di isi untuk keperluan skripsi tersebut. Atas bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner ini dengan baik dan benar saya ucapkan terimakasih.

Untuk mengisi kuesioner ini pendapat Bapak/Ibu diukur dengan skor berikut ini:

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
STS : Sangat Tidak Setuju	1
TS : Tidak Setuju	2
RR : Ragu- Ragu	3
S :Setuju	4
SS : Sangat Setuju	5

## **I. Identitas Responden**

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Lama menjadi agen Kentang :
- d. Pendapatan Per Bulan : ☐ Rp2 Juta ☐ Rp2-5 Juta  
☐ >Rp5 Juta
- e. Saluran distribusi yang Digunakan:
- ☐ Pasar Tradisional
  - ☐ Distributor besar
  - ☐ E-commerce
  - ☐ Langsung Ke Konsumen
  - ☐ Lainnya :

## **II Kuesioner**

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda.

**Kualitas Produk (X<sup>1</sup>)**

No	pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Permukaan Kentang						
1	Permukaan kentang yang bersih dan mulus lebih mudah dijual kepada pelanggan saya					
2	Kentang dengan permukaan yang memiliki banyak noda atau cacat sulit dijual kepada pelanggan					
Berat Kentang						
3	Pelanggan saya lebih memilih kentang dengan berat yang lebih besar dalam satuan ukuran yang sama					
4	saya lebih memilih membeli kentang dengan berat yang seragam dalam satu kemasan untuk memudahkan distribusi					
Kentang berwarna Hijau						
5	Saya menghindari membeli kentang yang berwarna hijau karena pelanggan menganggapnya kurang berkualitas					
6	Saya percaya bahwa kentang berwarna hijau dapat mempengaruhi kesehatan konsumen sehingga saya tidak membelinya					
Kentang bertunas						
7	Saya menghindari membeli kentang yang sudah bertunas karena pelanggan cenderung tidak tertarik membelinya					
8	Saya memilih kentang yang tidak bertunas untuk menjaga kualitas produk.					

### Saluran Distribusi (X<sup>2</sup>)

No	pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Biaya Distribusi						
1	Biaya ditribusi yang tinggi berdampak langsung pada peningkatan harga kentang.					
2	Biaya distribusi yang tinggi menjadi kendala utama dalam memperluas pasar produk kentang.					
Cakupan Pasar						
3	Cakupan pasar yang luas membantu meningkatkan pendapatan secara signifikan.					
4	Kemitraan dengan distributor besar membantu meningkatkan cakupan pasar.					
Layanan pelanggan						
5	Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam pengelolaan usaha kentang.					
6	Kualitas produk yang baik berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan.					

### Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Pilihan Saluran Distribusi						
1	Saya lebih memilih saluran distribusi yang memberikan keuntungan lebih besar					
2	Saya mempertimbangkan faktor jarak dan biaya transportasi dalam memilih saluran distribusi					
Jumlah pembelian						
5	Jumlah pembelian kentang, bergantung pada permintaan pasar					

6	Faktor kualitas kentang mempengaruhi jumlah yang saya beli dari petani					
Metode Pembayaran						
7	Saya lebih nyaman menggunakan metode pembayaran digital dibandingkan tunai					
8	Sistem pembayaran yang fleksibel mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kentang dari petani					

*Terimakasih atas partisipasinya*

**Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas**

No	Kualitas Produk								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	1	1	2	1	1	2	1	10
2	4	2	4	4	4	3	5	2	28
3	5	2	2	5	3	4	2	4	27
4	2	5	5	3	2	4	2	5	28
5	2	5	3	2	4	4	3	5	28
6	3	3	2	5	3	4	3	4	27
7	3	5	2	2	5	5	5	2	29
8	4	2	5	2	5	3	3	5	29
9	2	4	4	4	4	4	4	3	29
10	3	3	5	4	5	3	2	4	29
11	4	3	2	4	4	3	3	3	26
12	1	2	1	1	2	1	1	2	11
13	5	2	3	3	2	3	5	2	25
14	3	3	4	3	2	5	3	5	28
15	2	4	5	2	4	5	5	2	29
16	3	4	5	5	2	5	5	4	33
17	5	2	3	2	3	2	3	4	24
18	3	5	3	3	5	2	5	5	31
19	3	4	5	2	5	5	3	4	31
20	4	5	3	3	5	4	5	4	33
21	2	1	1	2	1	1	2	1	11
22	2	2	3	2	5	2	3	4	23
23	2	2	4	3	2	2	3	2	20
24	2	5	4	3	5	5	3	2	29
25	2	5	3	3	4	3	2	3	25
26	3	3	4	5	2	5	3	5	30
27	5	5	4	5	2	3	3	4	31
28	5	3	5	4	5	5	3	5	35
29	1	1	1	2	1	1	2	1	10
30	3	5	3	3	4	3	5	4	30
TOTAL	89	98	99	93	101	100	98	101	779



No	Saluran Distribusi						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	2	5	3	5	5	25
2	5	5	3	3	3	5	24
3	3	3	5	3	5	2	21
4	1	2	1	1	2	1	8
5	2	2	4	5	5	2	20
6	2	3	5	5	5	4	24
7	3	3	2	4	2	2	16
8	2	3	5	3	3	5	21
9	5	4	3	4	3	3	22
10	4	2	4	2	2	2	16
11	2	3	3	2	2	5	17
12	4	5	2	4	5	4	24
13	2	3	4	3	3	2	17
14	2	4	5	2	5	2	20
15	4	3	5	5	3	4	24
16	4	3	2	3	2	2	16
17	4	3	2	4	5	2	20
18	1	2	1	1	2	1	8
19	2	4	2	3	2	3	16
20	3	2	4	3	4	3	19
21	5	4	3	4	2	4	22
22	5	5	2	4	2	3	21
23	5	2	2	4	4	5	22
24	2	3	2	5	2	2	16
25	4	5	4	5	2	2	22
26	1	2	1	1	2	1	8
27	4	5	2	2	5	2	20
28	2	5	4	2	5	4	22
29	3	4	4	4	5	5	25
30	1	2	1	1	2	1	8
TOTAL	92	98	92	95	99	88	564

No	Keputusan Pembelian						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	5	5	2	5	2	23
2	1	2	1	1	2	1	8
3	4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	2	4	3	5	23
5	3	5	2	2	2	3	17
6	5	5	5	4	2	2	23
7	2	5	2	3	5	3	20
8	4	3	3	3	2	4	19
9	1	2	1	1	2	1	8
10	3	2	3	3	2	4	17
11	3	4	2	4	5	5	23
12	5	3	5	5	2	3	23
13	2	5	5	3	5	5	25
14	4	5	4	5	2	5	25
15	3	3	3	5	4	4	22
16	3	5	3	2	4	5	22
17	4	3	4	5	3	2	21
18	5	2	3	2	2	5	19
19	2	5	3	2	4	2	18
20	3	5	5	2	2	5	22
21	1	2	1	1	2	1	8
22	5	2	4	5	2	2	20
23	5	3	5	4	3	2	22
24	2	3	3	4	3	3	18
25	3	3	5	2	4	3	20
26	5	5	5	5	2	4	26
27	4	2	4	2	4	3	19
28	5	5	3	3	3	3	22
29	3	4	2	5	4	2	20
30	2	1	1	1	2	1	8
TOTAL	101	108	98	94	91	95	587

### Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.044	.274	.482**	.240	.289	.329	.417*	.572**
	Sig. (2-tailed)		.816	.142	.007	.201	.121	.076	.022	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.044	1	.393*	.173	.480**	.575**	.404*	.417*	.686**
	Sig. (2-tailed)	.816		.032	.360	.007	.001	.027	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.274	.393*	1	.291	.391*	.617**	.291	.526**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.142	.032		.118	.033	.000	.119	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.482**	.173	.291	1	-.044	.413*	.154	.351	.517**
	Sig. (2-tailed)	.007	.360	.118		.818	.023	.416	.057	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.240	.480**	.391*	-.044	1	.393*	.364*	.357	.631**
	Sig. (2-tailed)	.201	.007	.033	.818		.032	.048	.053	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.289	.575**	.617**	.413*	.393*	1	.383*	.452*	.798**
	Sig. (2-tailed)	.121	.001	.000	.023	.032		.037	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.329	.404*	.291	.154	.364*	.383*	1	.065	.565**
	Sig. (2-tailed)	.076	.027	.119	.416	.048	.037		.732	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.417*	.417*	.526**	.351	.357	.452*	.065	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.022	.022	.003	.057	.053	.012	.732		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.572**	.686**	.733**	.517**	.631**	.798**	.565**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	8

### Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Saluran Distribusi (X<sub>2</sub>)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.390*	.159	.476**	.137	.450*	.673**
	Sig. (2-tailed)		.033	.402	.008	.471	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.390*	1	.077	.257	.152	.280	.522**
	Sig. (2-tailed)	.033		.684	.171	.421	.134	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.159	.077	1	.360	.488**	.450*	.668**
	Sig. (2-tailed)	.402	.684		.051	.006	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.476**	.257	.360	1	.209	.353	.681**
	Sig. (2-tailed)	.008	.171	.051		.267	.055	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.137	.152	.488**	.209	1	.307	.597**
	Sig. (2-tailed)	.471	.421	.006	.267		.099	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.450*	.280	.450*	.353	.307	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.013	.134	.013	.055	.099		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.673**	.522**	.668**	.681**	.597**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

### Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Saluran Distribusi (X<sub>2</sub>)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	6

**Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.204	.601**	.583**	-.147	.334	.683**
	Sig. (2-tailed)		.281	.000	.001	.439	.072	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.204	1	.378*	.251	.400*	.440*	.681**
	Sig. (2-tailed)	.281		.040	.181	.029	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.601**	.378*	1	.422*	.126	.310	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.040		.020	.506	.096	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.583**	.251	.422*	1	.062	.300	.690**
	Sig. (2-tailed)	.001	.181	.020		.744	.107	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-.147	.400*	.126	.062	1	.212	.389*
	Sig. (2-tailed)	.439	.029	.506	.744		.261	.033
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.334	.440*	.310	.300	.212	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.072	.015	.096	.107	.261		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.683**	.681**	.741**	.690**	.389*	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.033	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	6

**Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden**

No	Kualitas Produk								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	3	3	4	5	4	2	4	29
2	4	2	4	2	5	3	4	2	26
3	3	4	3	2	4	4	3	3	26
4	3	2	2	3	2	5	4	2	23
5	2	5	3	5	2	3	4	4	28
6	4	5	3	3	2	5	4	5	31
7	4	4	5	5	5	2	2	2	29
8	3	3	2	4	3	1	3	1	20
9	3	3	2	3	2	1	2	1	17
10	2	3	2	4	3	2	1	2	19
11	2	3	2	2	2	4	2	2	19
12	2	3	3	2	3	2	2	2	19
13	2	3	2	2	2	3	2	3	19
14	2	3	3	2	3	2	3	2	20
15	2	3	2	2	2	2	3	2	18
16	4	3	2	5	4	2	3	2	25
17	1	2	3	4	3	2	2	2	19
18	2	3	2	2	2	2	2	2	17
19	3	2	2	1	2	2	2	2	16
20	4	2	2	3	2	2	2	2	19
21	1	2	3	2	3	2	2	2	17
22	5	3	2	4	2	2	3	2	23
23	2	2	2	3	2	3	4	3	21
24	2	3	2	3	2	2	4	2	20
25	2	3	2	4	2	4	3	4	24
26	3	2	4	3	4	1	3	1	21
27	3	2	4	3	4	4	3	4	27
28	3	3	4	4	4	2	3	2	25
29	5	3	4	3	4	3	3	3	28
30	3	2	4	2	4	2	3	2	22
31	5	3	3	5	4	3	3	3	29
32	5	3	2	5	2	2	3	2	24
33	5	3	2	5	2	4	4	4	29
34	4	3	4	4	4	4	4	3	30
35	3	4	3	4	3	3	3	3	26
36	4	3	5	3	5	2	3	2	27

37	3	3	5	5	2	4	3	4	29
38	3	3	5	3	5	4	3	4	30
39	3	3	5	4	5	4	3	4	31
40	5	3	5	5	3	4	4	4	33
41	4	4	3	4	3	4	3	4	29
42	3	3	5	5	5	4	4	4	33
43	5	4	4	4	4	4	5	3	33
44	2	2	3	3	3	4	3	5	25
45	5	5	2	4	2	3	5	5	31
46	5	4	2	4	2	3	3	3	26
47	5	3	2	3	3	3	2	2	23
48	4	4	3	3	3	5	4	2	28
49	2	3	4	3	4	3	3	4	26
50	2	2	3	3	5	5	3	2	25
51	3	4	4	3	5	3	4	5	31
52	2	3	2	2	5	4	3	2	23
53	5	5	3	5	5	4	4	5	36
54	4	2	5	2	5	3	5	5	31
55	4	3	3	2	3	5	4	4	28
TOTAL	180	168	170	184	181	169	171	160	1383

No	Saluran Distribusi						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	2	5	2	2	3	3	17
2	4	2	2	5	4	4	21
3	2	5	4	3	5	3	22
4	3	4	2	4	2	3	18
5	5	4	5	4	4	5	27
6	5	4	3	3	5	2	22
7	5	5	2	5	2	4	23
8	2	2	1	2	3	2	12
9	2	2	1	2	2	2	11
10	2	2	2	2	1	2	11
11	2	2	4	2	2	2	14
12	2	3	2	3	2	3	15
13	2	2	3	2	2	2	13
14	2	3	2	3	3	3	16
15	2	2	2	2	3	2	13
16	2	2	2	2	3	2	13
17	3	3	2	3	2	3	16
18	2	2	2	2	2	2	12
19	2	2	2	2	2	2	12
20	3	2	2	2	2	2	13
21	3	3	2	3	2	3	16
22	2	2	2	2	3	2	13
23	3	2	3	2	4	2	16
24	2	2	2	2	4	2	14
25	2	2	4	2	3	2	15
26	3	4	1	4	3	4	19
27	3	4	3	3	5	4	22
28	3	5	5	3	3	4	23
29	3	3	5	3	3	4	21
30	3	3	5	4	4	4	23
31	5	3	5	4	3	4	24
32	5	4	5	3	4	4	25
33	5	4	5	4	3	5	26
34	4	3	5	4	4	3	23
35	4	5	5	5	5	5	29
36	5	3	5	3	2	3	21
37	5	4	5	3	3	3	23



38	5	4	5	4	4	4	26
39	5	5	4	5	2	4	25
40	5	5	4	5	5	4	28
41	4	3	4	3	4	4	22
42	5	5	4	5	4	5	28
43	3	3	3	2	2	4	17
44	5	4	5	5	5	5	29
45	5	3	2	3	2	2	17
46	4	2	5	3	5	2	21
47	2	3	3	2	5	3	18
48	3	4	4	2	5	5	23
49	2	2	2	3	5	4	18
50	4	3	3	5	2	2	19
51	2	5	4	2	3	4	20
52	2	3	2	5	4	2	18
53	4	4	5	2	5	4	24
54	3	5	2	5	3	2	20
55	3	3	3	4	4	3	20
TOTAL	180	180	178	174	181	174	1067

No	Keputusan Pembelian						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	3	4	5	5	4	25
2	4	2	3	3	4	4	20
3	5	2	2	2	3	2	16
4	2	3	3	2	3	4	17
5	5	3	4	4	4	5	25
6	3	2	2	5	5	4	21
7	3	2	5	5	5	5	25
8	2	3	2	3	4	2	16
9	3	3	3	3	3	2	17
10	3	3	4	4	4	2	20
11	3	4	1	3	2	2	15
12	4	4	4	4	2	2	20
13	3	4	5	3	2	2	19
14	4	4	3	3	2	2	18
15	3	4	2	2	2	2	15
16	5	4	1	1	5	2	18
17	3	3	3	3	4	3	19
18	4	3	4	3	2	2	18
19	3	3	2	2	1	2	13
20	2	4	3	3	3	3	18
21	4	3	3	2	2	3	17
22	5	3	2	2	4	2	18
23	3	1	3	3	3	3	16
24	5	4	2	2	3	2	18
25	3	4	2	2	4	2	17
26	3	4	3	3	3	3	19
27	2	5	3	3	3	3	19
28	3	4	5	5	4	3	24
29	5	3	5	5	3	3	24
30	4	2	5	5	2	3	21
31	4	2	5	5	5	5	26
32	3	2	5	5	5	5	25
33	3	3	5	5	5	5	26
34	4	4	5	5	4	4	26
35	4	3	5	5	4	4	25
36	4	3	5	5	3	5	25
37	3	4	5	5	5	5	27

38	3	2	5	5	3	5	23
39	3	5	5	5	4	5	27
40	4	4	5	5	5	5	28
41	3	2	5	5	4	4	23
42	3	3	5	5	5	5	26
43	2	5	2	5	2	4	20
44	5	5	2	2	3	4	21
45	5	4	4	3	2	4	22
46	3	2	2	3	3	5	18
47	2	3	3	3	4	2	17
48	5	4	3	5	3	5	25
49	4	4	5	5	4	3	25
50	2	3	4	3	2	2	16
51	4	2	4	5	2	2	19
52	3	3	5	5	4	5	25
53	2	5	2	2	3	5	19
54	5	5	3	3	3	3	22
55	5	2	2	4	5	5	23
TOTAL	193	180	194	203	188	189	1147

## Lampiran 10 : Hasil Output Penelitian

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 <sup>a</sup>	.537	.519	2.674

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	430.964	2	215.482	30.131	.000 <sup>b</sup>
	Residual	371.873	52	7.151		
	Total	802.836	54			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Kualitas Produk

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	7.888	1.865		4.230	.000	
	Kualitas Produk	.223	.104	.290	2.152	.036	.491 2.036
	Saluran Distribusi	.380	.103	.497	3.692	.001	.491 2.036

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.833	1.032			.807	.423
	Kualitas Produk	.064	.057	.217		1.114	.270
	Saluran Distribusi	-.015	.057	-.051		-.262	.795

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.62422050
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.045
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

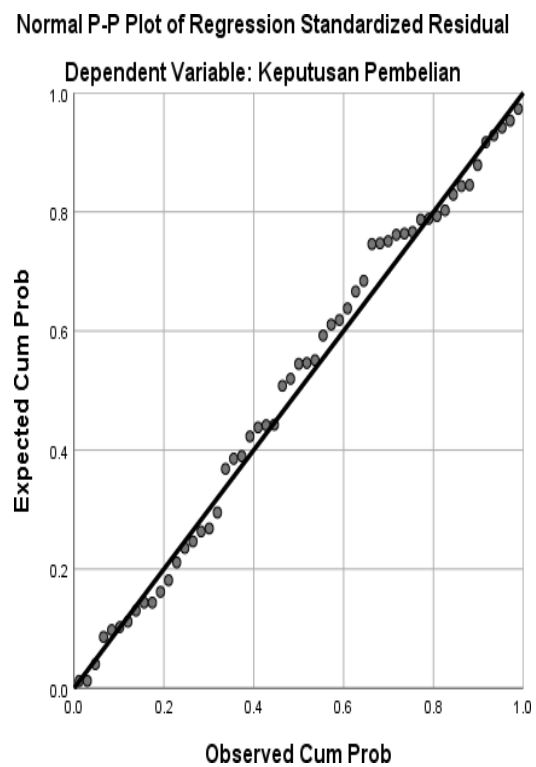
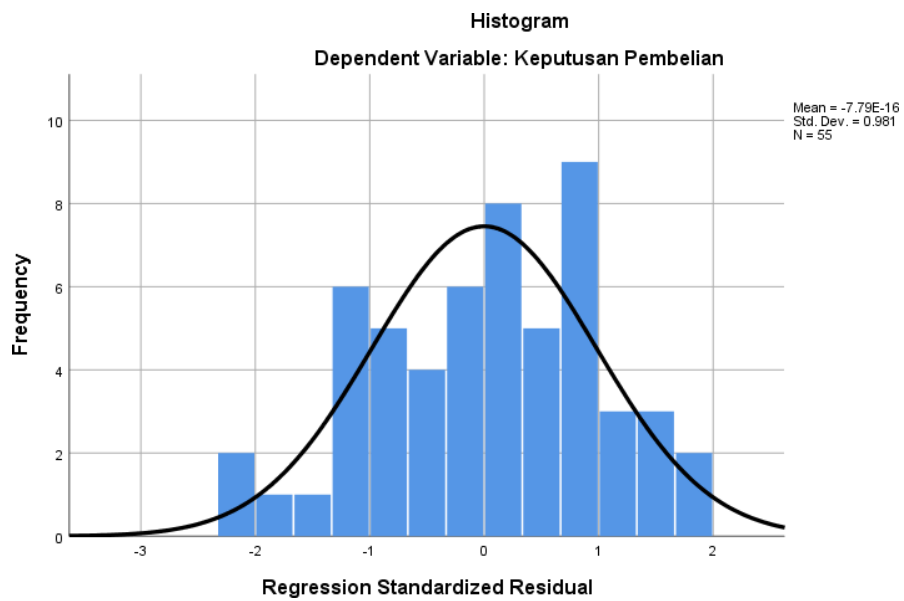
c. Lilliefors Significance Correction.

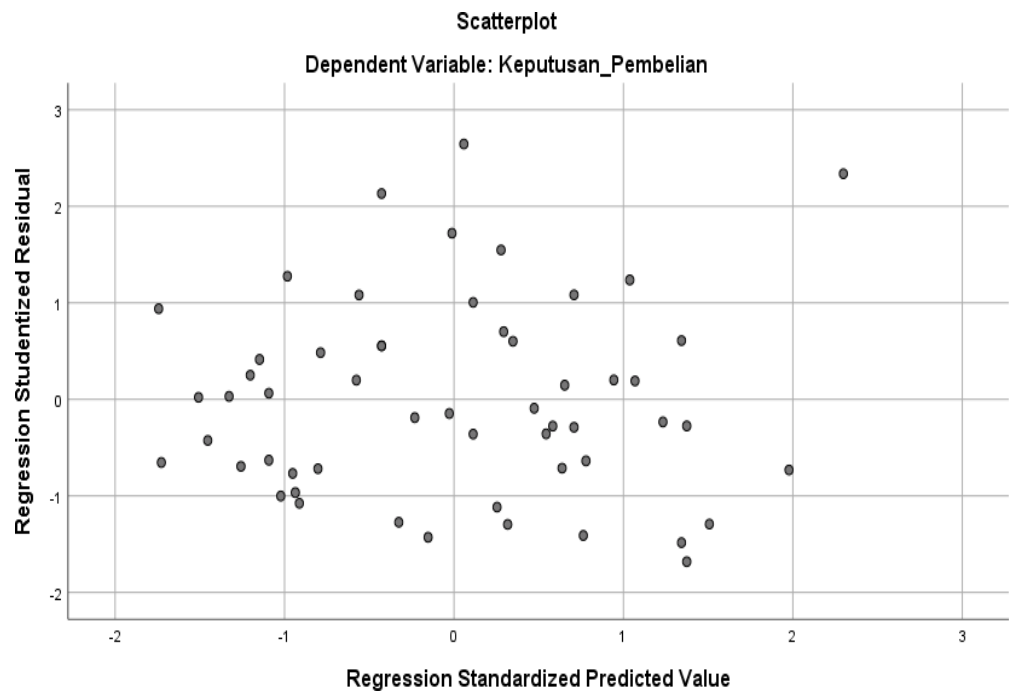
d. This is a lower bound of the true significance.

### Correlations

		Kualitas Produk	Saluran Distribusi	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.713**	.645**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	55	55	55
Saluran Distribusi	Pearson Correlation	.713**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	55	55	55
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.645**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	55	55	55

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







# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : [www.eka-prasetya.ac.id](http://www.eka-prasetya.ac.id) E-mail : [ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id](mailto:ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id)

Medan, 19 Mei 2025

Nomor : 364/R/STIE-EP/V/2025

Lamp. : ----

Hal : "Riset"

Kepada Yth.

Camat Kecamatan Naman Teran kabupaten karo

Di-

Naman Teran

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Sabrinda Ginting
NIM	: 211010228
Semester	: VIII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang Di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo

Untuk mengadakan peninjauan ke Camat Kecamatan Naman Teran kabupaten karo yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan riset untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan riset dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,  
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si





PEMERINTAH KABUPATEN KARO  
KECAMATAN NAMAN TERAN  
JALAN NDESKATI – NAMAN TERAN 22153

Naman, 21 Mei 2025

Nomor : 400.3.1/ 340 / NT/ 2025  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Riset

Yth : Ketua STIE Eka Prasetya

di-

Medan

Sehubungan dengan surat STIE Eka Prasetya Nomor: 364/R/STIE-EP/V/2025, Tanggal 19 Mei 2025, Hal "Riset". Perihal pada surat diatas dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Sabrima Ginting  
Nim : 211010228  
Semester : VIII  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Hasil Panen Kentang di Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.

Benar telah melaksanakan Riset di Kecamatan Naman Teran  
Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih



AMS AH PERANGIN-ANGIN, SH, MSP  
PEMBINATK. I  
NIP. 19760215 199703 1 003



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : SABRIMA GINTING  
NIM : 211010228  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Senin 05/02/2024	Pavlo Marcelinho JUDUL PROPOSAL : analisis Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan dan Dorongan orangtua wirausahawan terhadap minat wirausaha mahasiswa STIE eka Prasetya	201010007	
2	Senin 05/02/2024	Rio Ferdinand JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keragaman Fitur layanan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan BCA Mobile	201010132	
3	Senin, 05/02/2024	David wijaya JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Kualitas Produk dan Personal selling terhadap keputusan pembelian di Pt. Bintang Terang Lestari Abadi Medan	201010055	
4	Rabu 07/02/2024	Johanson Lowie JUDUL PROPOSAL : Analisis perilaku konsumen dan keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian sembako (studi Rada toko online)	201010023	
5	Rabu 07/02/2024	Ylnna JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Green Product dan Green Trust terhadap keputusan pembelian lampu LED Hannochs di toko sinar saudara	201010004	
6	Rabu 07/02/2024	Justin Chandra JUDUL PROPOSAL : Pemanfaatan digital marketing dan variasi produk serta dampak keputusan pembelian di Pt hevrisu Indonesia	201010020	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ..... 20....  
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.





STIE EKA PRASETYA MEDAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa: SABRIMA GINTING

NIM : 211010228

Konsentrasi : Pemasaran / Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 085831055025 Email: SabrimaGinting@gmail.com

Alamat Tinggal: Perumahan Puri Asri Tasmedang No. 46 H, Blok G

Nama Dosen Pembimbing 1:

Desma Erica Maryati M.Spd., M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dita Savidina Harohap, S.M., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	18-10-2024	DISKUSI masalah Latar belakang Penelitian	Md
2	25-10-2024	ACC skdul.	Md
3	16-11-2024	Revisi bab I	Md
4	20-12-2024	Revisi bab I dan II	Md
5	10-01-2025	Data pendukung kualitas produk. Tinjauan pustaka. populasi	Md
6	17-01-2025	Indikator pendapatan, kualitas produk, saluran distribusi	JMd
7		layout, Populasi, sampel	
8	30-01-2025	Indikator pendapatan, teori sendiri, kualitas produk, link,	JMd
9		Buat kuesioner	
10	29-01-2025	Penselasan indikator pendapatan, link, revisi kuesioner	Md
11	24-01-2025	ACC sempro	Md
12	24-03-2025	Review seminar proposal (Bab 1, 2, 3)	Md
13	14-05-2025	Revisi Bab 4 & 5	Md
14	19-05-2025	lengkapi dari sampul	Md
15	22-05-2025	ACC skripsi	Md
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,  
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M





STIE EKA PRASETYA MEDAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : SABRINDA GINTING

NIM : 211010228

Konsentrasi : (Pemasaran) Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 085831055025 Email: Sabrindaginting@gmail.com

Alamat Tinggal: Perumahan Puri Asri Taramedang No. 46H Blok G

Nama Dosen Pembimbing 1:

Desma Erica Maryati M.S.P., M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dita Savidina Harahap, S.M., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	18-12-2024	Revisi bab I	
2	15-1-2025	ACC Bab I	
3	17-1-2025	Revisi Bab II	
4	18-1-2025	Kuesioner	
5	21-1-2025	Dapus & halaman	
6	22-1-2025	Kerangka konseptual (ACC)	
7	04	ACC Bab I - III	
8	14-05-25	Review abs sesuai proposal (Bab 1, 2, 3)	
9	14-05-25	Bimbingan Bab IV & V	
10	20-05-25	Bimbingan Bab VI & VII	
11	21-5-25	Revisi (Revisi)	
12	25-5-25	Revisi Bab VIII	
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,  
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama	: Sabrima Ginting
Tempat/ Tanggal Lahir	: Sukanalu, 22-06-2003
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Alamat	: Desa Sukanalu Kec. Naman Teran Kab. Karo
Alamat Email	: Sabrimaginting@gmail.com
Agama	: Kristen Protestan
Status	: Mahasiswa
Handphone (HP)	: 085831055025

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

SD Negeri 044829	: 2009 - 2015
SMP N 1 Naman Teran	: 2015 - 2018
SMA N 1 Simpang Empat	: 2018 - 2021

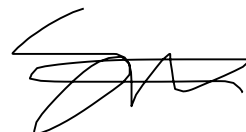
### **RIWAYAT PEKERJAAN** : -

### **DATA ORANGTUA**

Nama Ayah	: Tambaten Ginting
Pekerjaan	: Petani
Handphone (HP)	: -
Alamat	: Desa Sukanalu Kec. Naman Teran Kab. Karo
Nama Ibu	: Dasarna Br Sembiring
Pekerjaan	: Petani
Handphone (HP)	: 082165003907
Alamat	: Desa Sukanalu Kec. Naman Teran Kab. Karo

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebernar-benarnya.

Medan, 24 Januari 2025  
Penulis,



Sabrima Ginting  
211010228