

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CPO
PADA PT. SAWITA PASAMAN JAYA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
FRISCO
191010028**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CPO PADA PT. SAWITA PASAMAN JAYA**

Nama : **Frisco**

NIM : **191010028**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

**Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,**

Pembimbing I,



Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN: 0127117801

Pembimbing II,



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN: 0115088601

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CPO PADA PT. SAWITA PASAMAN JAYA**

Nama : **Frisco**
NIM : **191010028**
Program Studi : **Manajemen**
PerguruanTinggi : **STIE Eka Prasetya**

Pada 7 Juni 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : **Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.**
NIDN : **0006037202**

Penguji II : **Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.**
NIDN : **0101019601**



STIE Eka Prasetya
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, 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	Frisco
NIM	191010028
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO Pada PT. Sawita Pasaman Jaya.
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dedy Lazuardi, S.E.,M.M.
Pembimbing-II	Muhammad Ali Akbar, S.E.,M.M

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

Medan, 09 Mei 2023



Frisco
191010028

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal ini dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CPO PADA PT. SAWITA PASAMAN JAYA**” Sesuai dengan waktu yang telah di jadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Proposal ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih 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. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen (Akuntansi) Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M (Ibu Putri Wahyuni, S.E., M.Si.).

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

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

Terima kasih.

Medan, 09 Mei 2023
Penulis,

Frisco
191010028

ABSTRAK

Frisco, 191010028, 2023, Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT.Sawita Pasaman Jaya, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Pembimbing II:Muhammad Ali Akbar, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT.Sawita Pasaman Jaya, mengetahui Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT.Sawita Pasaman Jaya, mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT.Sawita Pasaman Jaya.

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 penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang akan melakukan pembelian pada perusahaan pada tahun 2021 sebanyak 41 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh yang artinya seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Data dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 3.944 + 0.328 Kualitas Produk + 0.415 Saluran Distribusi + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} (4,012) > t_{tabel} (2,02269)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya. Hasil analisis menunjukkan Saluran Distribusi memiliki nilai $t_{hitung} (5,776) > t_{tabel} (2,02269)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya berdasarkan nilai $F_{hitung} (29.250) > F_{tabel} (3,24)$ dengan Signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R Square (R^2)$ atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,606 artinya variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan Saluran Distribusi sebesar 60,6% sedangkan sisanya 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang berasal dari di luar metode penelitian ini seperti variabel harga, kualitas layanan, brand image dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Frisco, 191010028, 2023, The Influence of Product Quality and Distribution Channels on CPO Purchasing Decisions at PT. Sawita Pasaman Jaya, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I : Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Supervisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E.,M.M.

This study aims to determine the effect of product quality on CPO purchasing decisions at PT. Sawita Pasaman Jaya, knowing the Effect of Distribution Channels on CPO Purchase Decisions at PT.Sawita Pasaman Jaya, knowing the Effects of Product Quality and Distribution Channels on CPO Purchasing Decisions at PT.Sawita Pasaman Jaya.

The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the issues discussed. The research population that will be used in this research is all customers who will make purchases at the company in 2021 as many as 41 customers. The sampling technique uses saturated sampling technique, which means that all members of the population are used as samples. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation $\text{Purchase Decision} = 3.944 + 0.328 \text{ Product Quality} + 0.415 \text{ Distribution Channels} + e$.

The results of the research analysis show that product quality has a $t_{\text{count}} (4.012) > t_{\text{table}} (2.02269)$ with a significance level of $0.000 < 0.005$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between product quality on purchasing decisions at PT. Sawita Pasaman Jaya. The results of the analysis show that the Distribution Channel has a $t_{\text{count}} (5.776) > t_{\text{table}} (2.02269)$ with a significance level of $0.000 < 0.005$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between the Distribution Channels on Purchasing Decisions at PT. Sawita Pasaman Jaya.

The research results show that product quality and distribution channels have a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Sawita Pasaman Jaya based on $F_{\text{count}} (29,250) > F_{\text{table}} (3.24)$ with a Significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that there is a significant influence between Product Quality and Distribution Channels simultaneously on Purchasing Decisions at PT. Sawita Pasaman Jaya. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained by 0.606, meaning that the purchase decision variable can be explained by the Product Quality and Distribution Channel variables by 60.6% while the remaining 39.4% is influenced by other variables originating from outside of this research method such as price variables, service quality, brand image and so on.

Keywords: Product Quality, Distribution Channels, Purchasing Decisions

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
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Teori tentang Keputusan Pembelian	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.2 Arti Penting Keputusan Pembelian	10

2.1.1.3	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2	Teori tentang Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1	Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.2.2	Arti Penting Kualitas Produk.....	14
2.1.2.3	Manfaat Kualitas Produk	15
2.1.2.4	Indikator Kualitas Produk.....	16
2.1.3	Teori tentang Saluran Distribusi	17
2.1.3.1	Pengertian Saluran Distribusi.....	17
2.1.3.2	Arti Penting Saluran Distribusi.....	17
2.1.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	18
2.1.3.4	Manfaat dan Tujuan Saluran Distribusi	18
2.1.3.5	Indikator Saluran Distribusi.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Pemikiran	21
2.4	Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III	METODE PENELITIAN	22
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.1.1	Tempat Penelitian.....	22
3.1.2	Waktu Penelitian	22
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	22
3.2.1	Jenis Data	22
3.2.2	Sumber Data.....	23
3.3	Populasi dan Sampel	23

3.3.1	Populasi Penelitian.....	23
3.3.2	Sampel Penelitian	24
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6	Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1	Uji Validitas.....	26
3.6.2	Uji Reliabilitas	27
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.1	Uji Normalitas	27
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	29
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	29
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)	31
3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	32
3.9	Koefisien Determinasi (R^2).....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 33

4.1	Hasil Penelitian.....	33
4.1.1	Gambaran Umum PT. Sawita Pasaman Jaya	33
4.1.2	Visi dan Misi PT. Sawita Pasaman Jaya	33
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Sawita Pasaman Jaya.....	34
4.2	Karakteristik Responden	40
4.3	Pengujian Kualitas Data Instrumen Penelitian.....	42
4.3.1	Uji Validitas.....	42
4.3.2	Uji Reliabilitas	45

4.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	51
4.6 Uji Hipotesis	53
4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	53
4.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	55
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.7 Pembahasan.....	57
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.....	57
4.7.2 Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.....	58
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.....	59

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	
AKADEMIS	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Implikasi Manajerial.....	61
5.3 Saran Akademis.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY BERWARNA KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY BERWARNA KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Minyak Sawit PT. Sawita Pasaman Jaya.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
Tabel 3.2	Skala Likert	26
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	41
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	43
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi (X_2).....	44
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.11	Hasil Uji-t.....	54
Tabel 4.12	Hasil Uji F	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penjualan PT. Sawita Pasaman Jaya.....	3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT.Sawita Pasaman Jaya.....	35
Gambar 4.2	Uji Normalitas Grafik.....	47
Gambar 4.3	Uji Normalitas Data.....	48
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Hasil 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 Hasil Tabulasi Data Sampel**
- Lampiran 10 Hasil Output SPSS**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia di sekitar kita terus mengalami perubahan. Agar sebuah perusahaan dapat bertahan, beroperasi dengan sukses dan tetap kompetitif, perlu untuk dapat beradaptasi dengan ekspektasi kondisi pasar. Namun juga penting untuk membuat dan mengimplementasikan rencana pemasaran yang sesuai.

Perusahaan didirikan dengan tujuan utama yaitu untuk mencari keuntungan dengan memperoleh laba yang maksimal agar kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan. Tujuan mencari keuntungan tersebut menuntut tiap-tiap perusahaan untuk dapat menjalankan strategi tertentu dan kebijakan-kebijakan tertentu sehingga tetap bersaing dan tetap eksis seiring dengan perkembangan zaman yang demikian pesat. Perolehan laba yang maksimal merupakan visi misi perusahaan dalam jangka pendek hingga jangka panjang.

Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk membeli atau tidak untuk sebuah produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa, konsumen biasanya selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan distribusi produk yang sudah dikenal oleh masyarakat luas. Pelanggan akan memberikan informasi kepada konsumen tentang apa yang dibutuhkan konsumen, sehingga konsumen memiliki alasan untuk membeli produk, tempat konsumen berbelanja, yang akan berperan pada saat pembelian produk.

PT. Sawita Pasaman Jaya (SPJ) adalah salah satu perusahaan pengolahan hasil perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat telah melaporkan sertifikasi Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO) ke komisi ISPO. Minyak kelapa sawit adalah salah satu komoditi yang sangat penting disamping migas yang juga memiliki nilai ekspor yang cukup baik. Oleh sebab itu, perlu adanya pengawasan untuk menjaga mutu maupun kualitas komoditi tersebut. Minyak kelapa sawit yang dihasilkan tersebut haruslah didukung dengan standar mutu yang ditetapkan oleh SNI (Yulianto 2020). Dalam menjalankan bisnis, PT. Sawita Pasaman Jaya mengalami penurunan omset penjualan dan realisasi penjualan tidak mampu mencapai target yang telah ditetapkan manajemen.

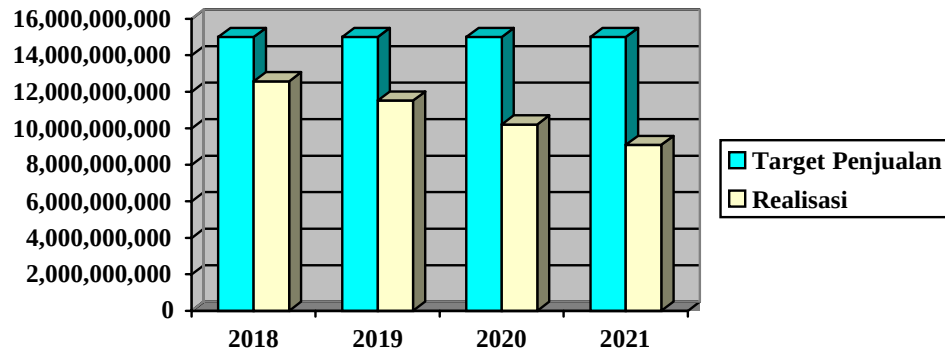
Tabel 1.1
Penjualan Minyak Sawit PT. Sawita Pasaman Jaya

Tahun	Target Penjualan	Realisasi	Persentase Pencapaian
2018	Rp 15.000.000.000	Rp 12.581.000.000	83,87%
2019	Rp 15.000.000.000	Rp 11.520.000.000	76,8%
2020	Rp 15.000.000.000	Rp 10.212.000.000	68%
2021	Rp 15.000.000.000	Rp 9.081.000.000	60,54%

Sumber : Data Penjualan PT. Sawita Pasaman Jaya

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa PT. Sawita Pasaman Jaya mengalami penurunan penjualan selama beberapa tahun terakhir. Realisasi penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan persentase sebesar 83,87% sedangkan penjualan terendah terjadi pada tahun 2021 dengan persentase sebesar 60,54%. Penurunan penjualan tersebut tidak terlepas dari faktor mutu minyak kelapa sawit yang dihasilkan dan proses penyaluran minyak kelapa sawit kepada pelanggan.

Gambar 1.1
Grafik Penjualan PT. Sawita Pasaman Jaya



Ketatnya persaingan bisnis membuat perusahaan wajib untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah, sehingga memiliki ciri khas tertentu dari produk pesaing, karena kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk (Muliasari 2020). Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, kemampuannya meliputi daya tahan, keandalan, akurasi yang dihasilkan, kemudahan pengoperasian, dan perbaikan dan atribut berharga lainnya pada produk secara umum. Artinya perusahaan harus mampu memberikan keunikan dan keunggulan produknya melalui kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, kualitas yang dipersepsikan, dan kemampuan untuk menyajikan produk yang berkualitas baik akan mempermudah pemasaran suatu produk karena produk tersebut memiliki posisi khusus di hati konsumen (Hidayat, Triyani, and Prapti 2019)

Kualitas produk yang ditawarkan oleh PT. Sawita Pasaman Jaya dinilai kurang bagus karena kriteria minyak kelapa sawit yang dihasilkan belum sesuai dengan mutu yang diharapkan. Minyak kelapa sawit yang dihasilkan oleh PT.

Sawita Pasaman Jaya kadang memiliki rasa dan bau yang tidak sedap dan minyak sawit yang di hasilkan kurang jernih atau memiliki kotoran dan minyak. Selain itu, minyak kelapa sawit PT. Sawita Pasaman Jaya dinilai sulit untuk dimurnikan dan tingkat hidrolisa pada pembentukan asam lemak bebas yang dihasilkan masih tinggi. Untuk aplikasi menjadi beberapa produk, minyak sawit harus memiliki mutu yang baik dan disesuaikan dengan karakteristiknya. Produk pangan lebih dititik beratkan pada titik leleh dan kandungan lemak padat sedangkan produk non pangan pada konsumsi asam lemak.

Upaya peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat terwujud jika didukung dengan pemilihan saluran distribusi produk yang tepat. Karena distribusi memiliki peran vital dalam pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir atau pengguna akhir. Salah satu faktor penting dalam memperlancar arus distribusi barang dan jasa dari produsen dan konsumen dalam memilih saluran distribusi yang tepat (*Channel of distribution*) yang digunakan dalam bisnis distribusi produk dan jasa sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan ditentukan sebelumnya (Yusuf, Nurhilalia, and Putra 2019)

Distribusi adalah pembagian atau pengiriman ke beberapa orang atau kebeberapa tempat. Distribusi juga bisa diartikan sebagai pendistribusian barang untuk kebutuhan sehari-hari (terutama pada saat darurat) oleh pemerintah kepada pegawai negeri sipil, warga dan sebagainya. Berdasarkan acuan di atas, distribusi dapat dipahami sebagai proses penyaluran barang atau jasa kepada pihak lain. Dalam kegiatan pendistribusian diperlukan adanya sarana dan tujuan agar

kegiatan pendistribusian dapat berjalan dan terlaksana dengan baik. (P.Andri, F.Jasfar, R.Kristaung, 2022:321-330).

Penerepan saluran distribusi PT. Sawita Pasaman Jaya dinilai tidak berjalan dengan baik dari sisi jadwal pengantaran, ketersediaan stock minyak sawit, hingga kondisi minyak sawit ketika proses pengantaran. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari beberapa pelanggan menjelaskan bahwa PT. Sawita Pasaman Jaya sering terlambat mengantar kan minyak sawit atau pengantaran minyak sawit tidak sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Selain itu, minyak sawit yang sampai ke tangan pelanggan sering dalam kondisi tumpah dalam perjalanan sehingga pelanggan merasa dirugikan.

Berdasarkan fenomena permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. Sawita Pasaman Jaya dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Kualitas Produk dari minyak kelapa sawit PT. Sawita Pasaman Jaya dinilai kurang bagus karena terdapat kotoran pada minyak kelapa sawit atau minyak kelapa sawit kurang jernih.

2. Saluran distribusi yang diterapkan manajemen PT. Sawita Pasaman Jaya dinilai kurang efektif dan efisien karena sering terjadi keterlambatan pengantaran.
3. Penurunan keputusan pembelian terlihat dari realisasi penjualan minyak sawit yang belum mampu mencapai target penjualan yang disebabkan oleh mutu minyak kelapa sawit yang kurang baik serta penerapan saluran distribusi yang tidak efektif dan efisien.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat dibuat identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya?
2. Apakah Ada pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya?
3. Apakah Ada pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya?

1.4. Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antar variabel kualitas produk (X1) dan saluran distribusi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Objek penelitian ini merupakan pelanggan PT. Sawita Pasaman Jaya.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan manajerial.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis adalah untuk menambah wawasan teori tentang variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu sebagai acuan dan pedoman bagi penelitian di masa yang akan datang.

Manfaat bagi STIE Eka Prasetya, sebagai tambahan jumlah hasil karya mahasiswa yang dapat menjadi referensi bagi Jurusan Manajemen Eka Prasetya.

2. Manfaat Manajerial

Manfaat manajerial ini adalah untuk dijadikan bahan masukan bagi perusahaan. Sebagai bagian dari masukan terkait kualitas produk dan saluran distribusi yang bertujuan untuk terus meningkatkan keputusan pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori tentang Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan yaitu : “pembelian berlangsung secara runtut dalam 5 tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, evaluasi pembeli. Mungkin tidak setiap konsumen melewati semua tahapan ini ketika mereka membuat keputusan untuk membeli, karena pada kenyataannya berbeda tahap dapat dilewati tergantung jenis pembelian (Hasan 2013, 180).”

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan (Arfah 2022, 4) .

Menurut A. Firmansyah (2018:27) Menurut Keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan terakhir dari konsumen setelah dihadapkan dengan beberapa pilihan produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

2.1.1.2 Arti Penting Keputusan Pembelian

Setelah alternatif dievaluasi, konsumen siap untuk membuat keputusan pembelian. Kadang-kadang niat beli tidak mengakibatkan pembelian aktual. Marketer harus memfasilitasi konsumen untuk bertindak pada niat pembelian, atau promosi penjualan seperti kesempatan untuk menerima premi atau masukan kelemahan pesaing dapat menjadi dorongan untuk membeli sekarang. Proses internal psikologis yang relevan dengan keputusan pembelian ini adalah integrasi (Hasan 2013, 183).

Menurut Chaniago, dkk (2022:35) Keputusan pembelian seorang konsumen memiliki peran penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan .

Menurut Suryani (2008:15), pengambilan keputusan sebagai proses penting yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting untuk dipahami pemasar.

2.1.1.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian

Ada tiga faktor utama yang memengaruhi konsumen mengambil keputusan, yaitu (1) faktor psikologis, (2) faktor situasional, dan (3) faktor sosial (Mamang and Sopiah 2013, 24–26).

1. Faktor psikologis

Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap memengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan memengaruhi sikap. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen. Kepribadian adalah pola individual untuk merespons stimulus yang muncul dari lingkungannya. Termasuk di dalam kepribadian adalah opini, minat, dan prakarsa. Pembelajaran berdampak pada adanya perubahan. Seorang individu/konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan ke arah yang lebih baik dalam tiga aspek (kognitif, afektif, dan psikomotor) yang bersifat relatif permanen. Konsumen akan belajar setelah mendapat pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah membeli dan mengonsumsi produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang di lain waktu. Sebaliknya, jika tidak puas, konsumen tidak akan melakukan pembelian di lain waktu.

2. Pengaruh faktor situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, pengguna produk, dan kondisi saat pembelian. Keadaan sarana dan prasarana tempat belanja mencakup tempat parkir, gedung,

eksterior dan interior toko, pendingin udara, penerangan/ pencahayaan, tempat ibadah, dan sebagainya. Waktu berbelanja bisa pagi, siang, sore, atau malam hari. Waktu yang tepat untuk berbelanja bagi setiap orang tentu berbeda. Orang yang sibuk bekerja pada malam hari. Kondisi saat pembelian produk adalah sehat, senang, sedih, kecewa, atau sakit hati. Kondisi konsumen saat melakukan pembelian akan memengaruhi pembuatan keputusan konsumen.

3. Pengaruh faktor sosial

Faktor sosial mencakup undang-undang/ peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.

- a. Sebelum memutuskan untuk membeli produk, konsumen akan mempertimbangkan apakah pembelian produk tersebut diperbolehkan atau tidak oleh aturan/ undang-undang yang berlaku. Jika diperbolehkan, konsumen akan melakukan pembelian. Namun, jika dilarang oleh undang-undang atau peraturan (daerah, regional, nasional, bahkan internasional), konsumen
- b. Keluarga terdiri atas ayah, ibu, dan anak. Anak yang baik tentu akan melakukan pembelian produk jika ayah dan ibunya menyetujui.
- c. Untuk kelompok referensi, contohnya kelompok referensi untuk ibu-ibu (kelompok pengajian, PKK, dan arisan), remaja (kelompok *boy band*, *girlband*, tim basket idola, dan tim bola terkenal), bapak-bapak (kelompok pengajian, kelompok penggemar motor besar, kelompok penggemar bola, dan kelompok pecinta ikan, burung)

- d. Untuk kelas sosial yang ada di masyarakat, contohnya kelas atas, menengah, dan bawah.
- e. Untuk budaya dan subbudaya, contohnya suku Sunda, Jawa, Batak, Madura. Tiap suku atau etnis mempunyai budaya/subbudaya yang berbeda.

2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut A. Firmansyah (2018:27), Seorang konsumen dalam melakukan keputusan membeli terdapat beberapa tahapan yaitu :

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif

2.1.2 Teori Tentang Kualitas Produk

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Mutu atau kualitas merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat, fleksibilitas dalam memenuhi permintaan konsumen (produk yang dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu merupakan pilihan kunci dan strategis (Afnina and Hastuti 2018).

“Mutu adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi. Mutu mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsisten. Ketika mengembangkan suatu produk, pemasar mula-mula harus memilih tingkat mutu

yang akan mendukung posisi produk dipasar sasaran. Disini, mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan diperbaiki, serta atribut bernilai yang lain” (Abdullah and Tantri 2017, 159).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk menentukan pilihan produk perusahaan. Produk yang ditawarkan perusahaan harus teruji dengan baik dan memenuhi standar minimal sesuai ketentuan. Pada dasarnya, konsumen lebih menyukai produk yang memiliki kualitas baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar, perusahaan harus memahami apa yang diinginkan konsumen untuk membedakan produknya dari produk pesaing (Woen and Santoso 2021).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya dari segi ketahanan produk, kemudahan digunakan/dipelajari dan keandalan dari produk tersebut.

2.1.2.2 Arti Penting Kualitas Produk

Produk yang dipersepsikan memiliki kualitas adalah produk yang memiliki kesesuaian dengan yang dibutuhkan-diinginkan oleh konsumen, dan secara konstan dapat memenuhi kepuasan konsumen tanpa “cacat” sedikitpun (Hasan 2013, 175).

Menurut Kotler dan Keller (2008:143-144) “Kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.” Dorongan untuk menghasilkan barang bermutu tinggi dipasar dunia menyebabkan sejumlah negara dan kelompok negara mengakui atau memberikan penghargaan kepada perusahaan yang menunjukkan praktik kualitas produk terbaik, seperti *Deming Price* di Jepang, *Malcolm Baldrige National Quality Award* di Amerika Serikat, dan *European Quality Award*”.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide (Mursidi et al. 2020, 31).

2.1.2.3 Manfaat Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:273) kualitas tinggi juga bisa berarti tingkat konsistensi kualitas yang tinggi. Disini, kualitas produk berarti pemastian kualitas bebas dari kerusakan dan konsisten dalam menghantarkan tingkat kinerja yang ditargetkan. Semua perusahaan harus berusaha untuk mencapai tingkat kualitas kepastian yang tinggi.

2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk

Terdapat delapan dimensi kualitas produk yang sering digunakan sebagai pengukuran dalam evaluasi perusahaan maupun penelitian yang di antaranya adalah sebagai berikut (Tjiptono and Chandra 2012, 75).

1. **Kinerja (*Performance*)**, Karakteristik informasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.
2. **Fitur (*Features*)**, Karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. **Keandalan (*Reliability*)**, Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. **Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)**, Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. **Daya tahan (*Durability*)**, Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. **Kemampuan melayani (*Serviceability*)**, Meliputi kecepatan, kompetisi, kenyamanan, mudah dioperasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. **Estetika (*Aesthetics*)**, Daya tarik produk terhadap pancaindra.
8. **Persepsi terhadap kualitas (*Perceived quality*)**, Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.1.3 Teori tentang Saluran Distribusi

2.1.3.1 Pengertian Saluran Distribusi

Saluran distribusi sendiri merupakan sarana perpindahan barang dari produsen melalui jalur perantara hingga ke tangan konsumen atau pemakai akhir (Suryanto 2016) .

Saluran distribusi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyalurkan barang kepada konsumen (Siahaan, Putriku, and Saraguh 2022, 169).

Saluran distribusi adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen, dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen (Diana 2016, 253).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah rangkaian sistem penyaluran barang yang dirancang oleh perusahaan dalam menyalurkan barang yang dari tangan produsen ke distributor atau ke konsumen.

2.1.3.2 Arti Penting Saluran Distribusi

Menurut Nitisusastro (2013:200) saluran distribusi merupakan jembatan penting antara produsen dan konsumen. Baik produsen maupun konsumen sangat berkepentingan dengan adanya organisasi saluran distribusi .

Saluran distribusi merupakan salah satu bagian penting dalam pemasaran suatu produk (Siahaan, Putriku, and Saraguh 2022, 169).

Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting dalam menentukan metode dan rute yang akan digunakan untuk menyalurkan produk/barang tersebut ke pasar (Alimin, Afriani, and Agusfianto 2022, 70).

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi

Ada beberapa faktor yang ditunjukkan oleh perusahaan mengenai saluran distribusi yaitu (Siahaan, Putriku, and Saraguh 2022, 171):

1. Tempat, produk yang telah tersedia diletakkan disuatu tempat yang nyaman bagi konsumen yang akan membeli produk
2. Waktu, kesediaan produk yang diinginkan seseorang konsumen
3. Bentuk, model dari suatu produk mencakup fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen dari berbagai kondisi
4. Informasi, para konsumen mendapatkan informasi mengenai produk yang telah dijabarkan oleh produsen

2.1.3.4 Manfaat dan Tujuan Saluran Distribusi

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik (Hutabarat 2017, 125).

Dalam strategi saluran distribusi terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Strategi yang dijalankan tersebut akan memberikan banyak manfaat dalam berbagai hal, seperti (Putra, Maharani, and Soraya 2021, 98):

1. Melayani konsumen secara cepat
2. Menjaga mutu produk agar tetap stabil
3. Menghemat biaya; dan
4. Mengatasi pesaing.

2.1.3.5 Indikator Saluran Distribusi

Menurut Suryanto (2016:10) Indikator saluran distribusi :

1. Pelayanan purna jual
2. Pendanaan
3. Penyebaran informasi
4. Koordinasi saluran
5. Pembayaran

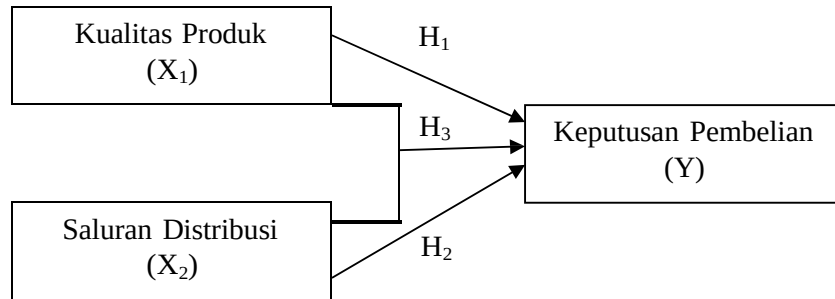
2.2 Penelitian Terdahulu

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Fenny Krisna Marpaung et al. 2020) <i>Jurnal Warta Dharmawangsa</i> Vol.14, No. 4, Oktober 2020, ISSN (E) : 2716-3083 Medan	Pengaruh Citra Merek, Saluran Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Prima Sentosa Lestari	Variabel Independen X ₁ =Citra Merek X ₂ =Saluran Distribusi X ₃ =Kualitas Produk Variabel Dependen Y=Keputusan Pembelian	Secara parsial maupun simultan Citra Merek, Saluran Distribusi dan Kualitas Produk Berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
2.	(Rudyana et al. 2021) <i>Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis</i> , Vol.18, No.3, 2021, eISSN: 2528-1135 Medan	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian	Variabel Independen X ₁ =Kualitas Produk X ₂ =Kualitas Pelayanan X ₃ =Saluran Distribusi Variabel Dependen Y=Keputusan Pembelian	Secara parsial maupun simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3.	(Nadhifah and Sumarni 2021) <i>Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen</i> , Vol.9, Issue 2, September 2021, ISSN 2615-2932 Bojonegoro	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Beat pada CV. Cahaya Bonanza Abadi	Variabel Independen X ₁ =Harga X ₂ =Kualitas Produk X ₃ =Promosi Variabel Dependen Y=Keputusan Pembelian	Secara parsial maupun simultan Harga, Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4.	(Ristanti and Iriani 2020) <i>Jurnal Ilmu Manajemen</i> Vol.8, No.3, 2020, ISSN(online) : 2549-192X Surabaya	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya	Variabel Independen X ₁ = Kualitas Produk X ₂ =Citra Merek Variabel Dependen Y=Keputusan Pembelian	Secara parsial maupun simultan Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian
5.	(Anggoro, Chel, and Purnomo 2020) <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi</i> Vol.3, No.1, 2020, ISSN(online): 2621-2374 Medan	Pengaruh Promosi ,Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Valve Pt Valmatic Indonesia	Variabel Independen X ₁ =Promosi X ₂ =Saluran Distribusi X ₃ =Kualitas Pelayanan Variabel Dependen Y=Keputusan Pembelian	Secara parsial maupun simultan Promosi ,Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka dapat di lihat hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁: Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

H₂: Terdapat pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

H₃: Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada PT. Sawita Pasaman Jaya yang beralamat di Jalan Gunung Krakatau, Komplek Krakatau Asri Blok B3-4, Kelurahan Pulo Brayan Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara. 2023⁴.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan dari bulan Maret 2023 sampai dengan April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran) (Jaya 2020, 12).

3.2.2 Sumber Data

Terdapat 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder (Syawaludin 2017, 88):

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi data primer. Data tambahan yang dimaksud meliputi dokumen atau arsip didapatkan dari berbagai sumber, foto pendukung yang sudah ada, maupun foto yang dihasilkan sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu yang dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi penelitian (Arifin 2017, 17). Jumlah pelanggan di PT. Sawita Pasaman Jaya pada tahun 2021 berjumlah 41 pelanggan. Maka dari itu, total populasi yang akan dipakai adalah seluruh pelanggan pada tahun 2021 sebanyak 41 orang.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek yang diteliti dianggap mewakili seluruh populasi (Arifin 2017, 17). Dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh. Menurut (Sujarweni, 2016:7) dikatakan sampling jenuh apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jadi sampel penelitian ini adalah sebanyak 41 pelanggan.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan hipotesis pada bagian sebelumnya, identifikasi variabel penelitian dikelompokkan sebagai berikut (Jaya 2020, 62) :

1. Variabel Bebas (X)

Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2).

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dari penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Table 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya dari segi ketahanan produk, kemudahan digunakan/dipelajari dan keandalan dari produk tersebut.	1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>) 4. Daya tahan (<i>Durability</i>) (Tjiptono 2019:76-77)	<i>Likert</i>
Saluran distribusi (X ₂)	Saluran distribusi adalah rangkaian sistem penyaluran barang yang dirancang oleh perusahaan dalam menyalurkan barang yang dari tangan produsen ke distributor atau ke konsumen.	1. Pelayanan purna jual 2. Pendanaan 3. Penyebaran informasi 4. Koordinasi saluran 5. Pembayaran (Suryanto, Mikael H., 2016:10)	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan terakhir dari nasabah setelah dihadapkan dengan beberapa pilihan produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian (A. Firmansyah 2018:27)	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Selanjutnya, kuesioner tersebut diisi oleh para responden sesuai dengan yang dikehendaki secara independen dengan tanpa adanya paksaan (Herlina 2019, 1).

Skala Likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan (Sujalu et al. 2021, 4).

Berikut lima tingkatan penilaian skala likert yaitu :

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Pilihan	Skala Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Akas, 2020

3.6 Teknik Analisis Data

Masalah dalam penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh data yang akurat dan objektif. Hal ini menjadi sangat penting karena kesimpulan yang diambil hanya dapat dipercaya bila didasarkan pada data yang akurat. Untuk itu, dalam penelitian ini perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan reliabilitas alat ukur (*instrumen*) yang digunakan.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan/ Pernyataan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita dibandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%.

Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* (Sujarweni 2016, 239)

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 dinyatakan reliabel (Sujarweni 2016, 239).

3.7 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model analisis regresi linear berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. (E. Nasution dan M. Rinaldi, 2021:71). Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Menurut

(Ghozali, 2013: 160-164), “Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.”

1. Analisis Grafik

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Model regresi memenuhi asumsi normalitas, jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, atau jika histogram menunjukkan pola distribusi normal.
2. Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas, jika data tersebar menjauhi diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal, atau jika histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal..

2. Uji Statistik

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_1 : Data residual tidak berdistribusi normal

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Menurut (Ghozali, 2018: 107), “Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).” Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan cara mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah Nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat di deteksi melalui uji grafik *scatter plot*. (S. Rezeki Dkk., 2020:17)

Menurut Ghozali (2013:138), “Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu

pada grafik *scatterplot* dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*.” Dalam penelitian ini akan digunakan metode *chart* (Diagram *Scatterplot*), dengan dasar pemikiran bahwa :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa korelasi dan regresi ganda ini merupakan analisis tentang hubungan antara satu dependent variabel dengan dua atau lebih independen variabel. Jika ada lebih dari satu variabel bebas untuk mengestimasi nilai Y, persamaan tingkat pertama persamaan disebut permukaan regresi (Tersiana 2022, 134) :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian (dependent variabel)
- x_1 = Kualitas Produk (independent variabel)
- x_2 = Saluran Distribusi (independent variabel)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi variabel independen
- e = Kesalahan penduga (5%)

3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Uji signifikansi parsial (uji-t) sering disebut juga uji validitas pengaruh. Tujuan pengujian dengan uji-t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.(Panjawa and Sugiharti 2021, 29):

- a. $H_0: b_1, b_2 = 0$ (kualitas produk; saluran distribusi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya)
- b. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$ (kualitas produk; saluran distribusi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya)

Hipotesis dapat diketahui apakah diterima atau ditolak yaitu dengan melakukan perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji-t adalah:

1. jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
2. jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) merupakan analisis varian (*analysis of variance* -ANOVA). Secara teknis uji F digunakan untuk menguji hipotesis gabungan (*joint hypothesis*) bahwa semua koefisien regresi secara simultan bernilai nol (Panjawa and Sugiharti 2021, 28) :

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ (kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya)
- b. $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$ (kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Sawita Pasaman Jaya)

Kriteria pengujian uji simultan adalah:

1. Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
2. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018: 96), koefisien determinasi (R^2) ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat. Sebaliknya, jika koefisien determinasi (R^2) semakin kecil atau mendekati 0 maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak cukup kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum PT.Sawita Pasaman Jaya

PT. Sawita Pasaman Jaya (SPJ) salah satu perusahaan pengolahan hasil perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat telah melaporkan sertifikasi Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO) ke Komisi ISPO. Dengan adanya Kontrak Kerjasama Sertifikasi ISPO Nomor : 004/KK/LS.ISPO/VIII/2016 Antara PT. Sawita Pasaman Jaya dengan PT. AJA.

4.1.2 Visi dan Misi PT.Sawita Pasaman Jaya

Visi PT. Sawita Pasaman Jaya Menjadi korporasi agrobisnis kelapa sawit yang diakui di Indonesia yang menguntungkan dengan pengelolaan terbaik, terintegrasi dan berkesinambungan.

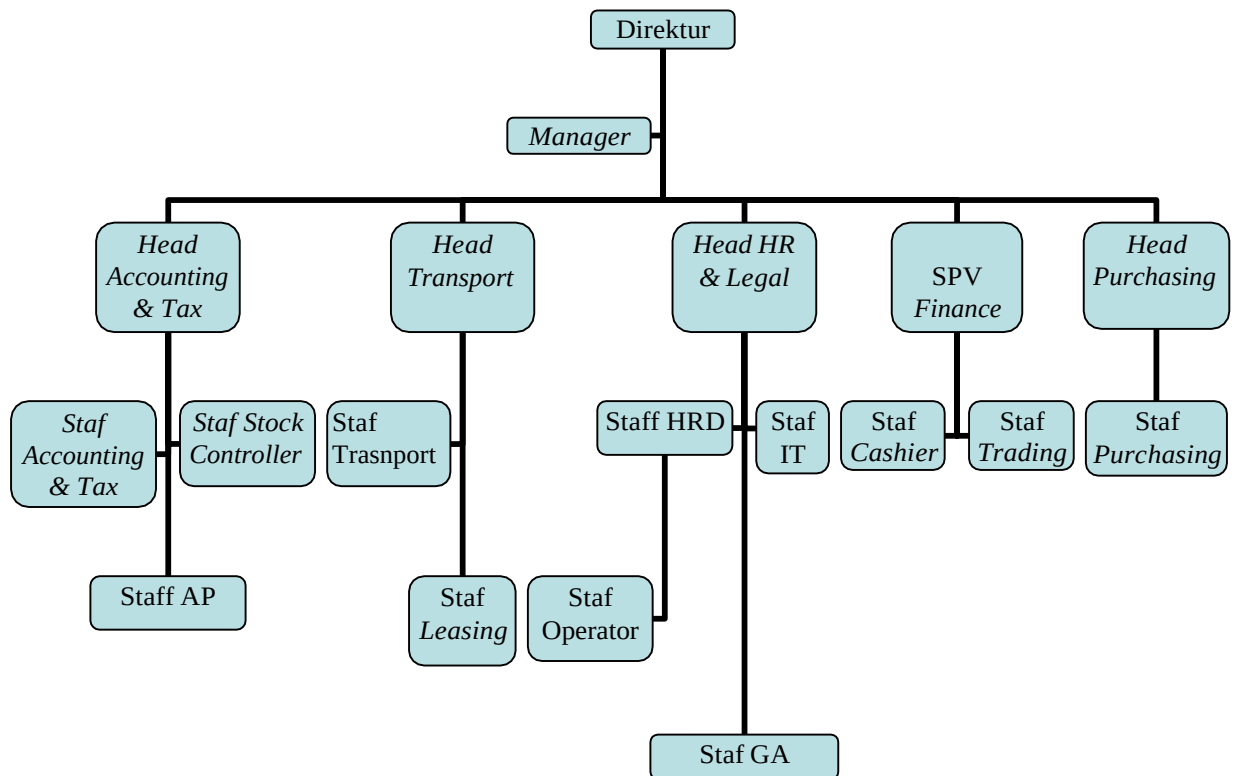
Misi PT. Sawita Pasaman Jaya yaitu

1. Mensejahterakan masyarakat sekitar pada umumnya dan mensejahterakan karyawan pada khususnya.
2. Meningkatkan kesadaran akan pentingnya memproduksi minyak sawit lestari.
3. Meningkatkan nilai moral dan spritual karyawan.
4. Menjadikan karyawan sebagai asset perusahaan.

5. Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia secara berkesinambungan melalui pelatihan yang relevan dibidangnya masing-masing sehingga setiap individu menjadi profesional dan zero accident dalam pekerjaannya.
6. Peningkatan pengelolaan limbah dan lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja, dan menghemat energy melalui pengembangan teknologi.
7. Menerapkan sistem manajemen yang terbaik pada semua proses bisnis perusahaan.

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Sawita Pasaman Jaya

Dalam perusahaan, harus memiliki adanya pembagian pekerjaan, gambaran hubungan antara atasan dengan bawahan, tugas serta tanggung jawab. Dengan pengorganisasian yang baik maka segala sesuatu yang telah diterapkan, direncanakan oleh perusahaan tercapai secara maksimal. Dilihat dari bentuk dan susunannya, organisasi dapat digolongkan dalam bentuk organisasi *line* dan *staff*. Dalam struktur organisasi yang berbentuk *line* kekuasaan dan tanggung jawab yang dimulai dari atas pimpinan hingga kebawah sesuai bagian-bagian. Adapun struktur organisasi pada kantor PT. Sawita Pasaman Jaya sebagai berikut :



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Sawita Pasaman Jaya

Berikut adalah penjabaran tugas dari masing-masing jabatan adalah :

1. Direktur

- a. Mengawasi dan mengendalikan perusahaan.
- b. Memimpin dan mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi serta berusaha meningkatkan efisien dan efektivitas.
- c. Mengawasi seluruh karyawan di dalam perusahaan dengan tertib dan teratur.

2. Manager

- a. Bertanggung jawab atas terselenggaranya kegiatan distribusi dan

pelayanan serta keuangan.

- b. Bertanggung jawab terhadap aset perusahaan.
- c. Bertanggung jawab untuk mengelola kegiatan operasional.
- d. Melakukan pengaturan, pengelolaan, penilaian, dan pengembangan sumber daya manusia.

3. *Head Accounting & Tax*

- a. Menyusun laporan keuangan secara bulanan.
- b. Menyusun informasi keuangan untuk perhitungan.
- c. Menyusun dan membuat anggaran pengeluaran secara periode.
- d. Melakukan dan menghitung upah atau gaji karyawan.
- e. Membuat Faktur Pajak, membuat penerimaan bukti pemotongan dan menyiapkan Data Pajak dan Pembayaran Pajak, menyetorkan, dan melaporkan ke Kantor Pelayanan Pajak tempat pendaftaran perusahaan sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan.
- f. Membuat laporan keuangan dan pajak dari pajak penghasilan pada akhir tahun.
- g. Membuat dan melaporkan laporan keuangan, buku besar dan neraca saldo kepada manajer keuangan secara periode.

4. *Staf Accounting & Tax*

- a. Menyusun laporan pengeluaran dan penerimaan keuangan serta bertanggung jawab atas penerimaan bukti-bukti pembayaran.
- b. Menghitung, membuat faktur pajak, rekonsiliasi fiskal, laporan keuangan pajak dan semua tugas yang berhubungan dengan pajak.

- c. Mencatat jumlah uang yang masuk dan keluar dari kas perusahaan.

5. Staf Stock Controller

- a. Bertanggung jawab dalam pengawasan *stock* inventaris kantor.
- b. Membuat laporan *stock*.

6. Staf AP

- a. Bertanggung jawab dalam pengurusan tagihan.
- b. Membuat laporan piutang dan tanda terima.
- c. Mencatat *supplier* yang bermasalah dalam hal tagihan.

7. Head Transport

- a. Memeriksa biaya operasional dan *sparepart* pada setiap kendaraan secara berkala agar dapat menghitung biaya yang dikeluarkan demi mencapai efisiensi pada setiap kendaraan.
- b. Memantau proses pengiriman barang dari pabrik sampai ke *customer* agar kepuasan pelanggan tercapai dan pendistribusian produk berjalan lancar.

8. Staf Transport

- a. Melakukan pengiriman secara tepat waktu.
- b. Memastikan produk yang diantar sudah tepat dan benar.
- c. Merencanakan dan menyusun jadwal *service* seluruh kendaraan untuk memastikan agar kendaraan dalam kondisi prima agar dapat beroperasi dengan baik.

9. Staf Leasing

- a. Melakukan perpanjangan pajak dan surat-surat kendaraan.

- b. Memastikan kelengkapan surat pada setiap kendaraan agar proses distribusi *sparepart* dan bahan lain dapat berjalan dengan baik.
- c. Mengurus pembelian dan penjualan kendaraan.

10. Head HR & Legal

- a. Menangani manajemen karyawan dan memproses izin kerja.
- b. Menyiapkan dan mengatur anggaran departemen untuk sumber daya manusia dan biaya-biaya administrasi.
- c. Bertanggung jawab untuk administrasi penggajian, undang-undang dan pelaporan sumber daya manusia.
- d. Bertanggung jawab dalam mengadakan training untuk pelatihan dan pengembangan karyawan.

11. Staf HRD

- a. Mengurus gaji karyawan
- b. Membuat laporan rekrutmen

12. Staf Operator

- a. Mencatat nama setiap tamu yang datang
- b. Menyambungkan setiap telepon yang masuk dari luar kepada pihak yang bersangkutan

13. Staf GA

- a. Bertanggung jawab dalam mencari dan menyeleksi calon karyawan.
- b. Mencatat pelanggaran karyawan
- c. Mengawasi kehadiran karyawan
- d. Membuat laporan pelatihan karyawan

14. Staf IT

- a. Bertanggung jawab dalam sistem perusahaan
- b. Melakukan pembersihan email yang bukan berasal dari pelanggan

15. SPV Finance

- a. Melakukan penerimaan dan pengeluaran kas.
- b. Membantu dalam hal manajemen kas, perkiraan kas dan masalah yang berhubungan dengan keuangan.
- c. Menangani kegiatan pengeluaran dan penerimaan kas dalam kegiatan perusahaan.

16. Staf Cashier

- a. Melaksanakan penyetoran uang, cek dan giro atas nama perusahaan.
- b. Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran kas secara rutin.

17. Staf Trading

- a. Membuat kontrak perjanjian jual beli.
- b. Menagih hutang dan melaporkan uang masuk kepada SPV Finance setiap hari.

18. Head Purchasing

- a. Bertanggung jawab terhadap pembelian dengan biaya yang rendah.
- b. Memastikan waktu pengiriman dan mengawasi semua pesanan yang belum diterima.
- c. Mempunyai komunikasi yang baik dengan semua departemen untuk memastikan efisiensi.
- d. Bekerja secara dekat dengan bagian pengontrolan stock dan

perencanaan produksi.

- e. Merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan dan mengontrol pembelian inventaris perusahaan.

19. *Staf Purchasing*

- a. Bertanggung jawab terhadap *supplier-supplier*.
- b. Mengecek data pengiriman dan pembayaran.
- c. Bertugas menangani kegiatan transaksi pembelian.

4.2 Karakteristik Responden

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 41 responden. Gambaran mengenai karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.
2. Berdasarkan Jumlah Pembelian responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.2.
3. Berdasarkan Frekuensi Pembelian responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.1.
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	27	65,85
Perempuan	14	34,15
Jumlah	41	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.1. di atas menunjukkan bahwa responden PT.Sawita Pasaman Jaya lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki dari pada perempuan. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 27 dengan persentase 65,85%

sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 14 orang dengan nilai persentase 34,15%. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa responden PT.Sawita Pasaman Jaya yang paling dominan adalah laki-laki yaitu 27 orang (65,85%)

Tabel 4.2.
Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Jumlah Pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
< Rp 100.000.000	5	12,20
Rp100.000.000 - Rp 200.000.000	15	36,59
>Rp 200.000.000	21	51,21
Jumlah	41	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.2. di atas menunjukkan bahwa responden PT.Sawita Pasaman Jaya dengan jumlah pembelian di atas 200 juta menempati posisi pertama yaitu sebanyak 21 responden dengan persentase 51,21%, Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 dengan persentase 55,21%, responden dengan jumlah pembelian di kisaran 100 juta – 200 juta menempati posisi kedua sebanyak 15 responden dengan persentase 36,59% dan responden dengan jumlah pembelian di bawah 100 juta sebanyak 5 responden dengan persentase 12,20%.

Tabel 4.3.
Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Sekali Sebulan	15	36,59
Dua kali Sebulan	17	41,46
Lebih dari Dua kali Sebulan	9	21,95
Jumlah	41	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.3. di atas menunjukkan bahwa responden PT.Sawita Pasaman Jaya dengan frekuensi pembelian dua kali sebulan menempati posisi pertama sebanyak 17 responden dengan tingkat persentase 41,46%, pelanggan dengan frekuensi

pembelian sebanyak sekali sebulan menempati posisi kedua sebanyak 15 responden dengan persentase 36,59%, responden dengan frekuensi pembelian lebih dari dua kali sebulan menempati posisi ketiga sebanyak 9 responden dengan persentase 21,95%. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan mayoritas responden PT.Sawita Pasaman Jaya melakukan frekuensi pembelian sebanyak dua kali sebulan.

4.3 Pengujian Kualitas Data Instrumen penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjuk kepada sejauh mana alat pengukur itu dapat melakukan fungsinya mengukur dengan cermat dan tepat sesuai yang diharapkan. Suatu skala pengukuran disebut *valid* bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak *valid* maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas suatu alat ukur. Semakin tinggi tingkat validitasnya maka alat ukur tersebut semakin mengenai sasarannya atau semakin menunjukkan bahwa apa yang seharusnya diukur. Pengujian ini akan dilakukan pada PT.Sawita Pasaman Jaya.

Teknik pengujian validitas dengan menggunakan tingkat signifikan 10% untuk mengetahui keeratan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan cara mengkorelasikan antar skor *item* pernyataan terhadap skor total. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan kriteria jika nilai validitas

setiap pernyataan lebih besar dari 0,361 maka butir pernyataan dianggap sudah *valid*. Sebaliknya, kalau korelasi antar butir dan skor total kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak *valid*.

1. Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Kualitas Produk (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.4. berikut ini:

Tabel 4.4.
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

No.	Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	Minyak sawit PT. Sawit Pasaman Jaya memberikan kenyamanan bagi pengguna	0,808	0,361	<i>Valid</i>
2	Saya merasa minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya sehat untuk dikonsumsi	0,814	0,361	<i>Valid</i>
3	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya dipacking dengan rapi dan bagus	0,730	0,361	<i>Valid</i>
4	Kualitas minyak sawit dari PT. Sawita Pasaman Jaya terlihat bersih	0,775	0,361	<i>Valid</i>
5	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya sesuai dengan standar yang ditetapkan	0,584	0,361	<i>Valid</i>
6	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya tidak ramah lingkungan	0,680	0,361	<i>Valid</i>
7	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya tidak tahan lama	0,768	0,361	<i>Valid</i>
8	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya mudah mengeluarkan aroma bau tengik	0,697	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa 8 butir pernyataan *valid* dengan nilai $r_{\text{hitung}} > 0,361$. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut *valid* dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Pengujian Validitas Variabel Saluran Distribusi (X_2)

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Saluran Distribusi (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.5. berikut ini:

Tabel 4.5.
Hasil Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi (X_2)

No.	Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	Pengiriman barang tepat waktu	0,801	0,361	<i>Valid</i>
2	Pengiriman barang tidak pernah tertunda	0,794	0,361	<i>Valid</i>
3	Barang diterima konsumen dalam keadaan baik	0,838	0,361	<i>Valid</i>
4	Pengiriman produk sesuai dengan jadwal yang dijanjikan	0,574	0,361	<i>Valid</i>
5	Kemasan minyak sawit tidak rusak	0,854	0,361	<i>Valid</i>
6	Minyak sawit masih tetap utuh saat sampai di tempat tujuan	0,855	0,361	<i>Valid</i>
7	Metode pembayaran yang mudah	0,695	0,361	<i>Valid</i>
8	Salesmen melayani dengan terampil	0,871	0,361	<i>Valid</i>
9	PT. Sawita Pasaman Jaya terbuka dengan kritikan apapun	0,776	0,361	<i>Valid</i>
10	PT. Sawita Pasaman Jaya menyediakan beraneka ragam minyak sawit	0,814	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan *valid* dengan nilai $r_{\text{hitung}} > 0,361$. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut *valid* dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

3. Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.6. berikut ini :

Tabel 4.6.
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	Saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya karena kebutuhan	0,675	0,361	<i>Valid</i>
2	Saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya sesuai dengan keinginan saya sendiri	0,662	0,361	<i>Valid</i>
3	Saya memutuskan membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya setelah membandingkan dengan produk dari perusahaan lain	0,673	0,361	<i>Valid</i>
4	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk	0,582	0,361	<i>Valid</i>
5	Saya tidak pernah kecewa setelah membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya	0,477	0,361	<i>Valid</i>
6	Saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya karena adanya bujukan dari orang lain	0,681	0,361	<i>Valid</i>
7	Saya yakin akan keputusan saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya karena kualitasnya bagus	0,590	0,361	<i>Valid</i>
8	Saya akan melakukan pembelian minyak sawit secara berulang	0,589	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.6. menunjukkan bahwa 8 butir pernyataan *valid* dengan nilai $r_{\text{hitung}} > 0,361$. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut *valid* dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi dalam mengukur gejala yang

sama. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan *instrument* sekali saja kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Berikut ini dapat dilihat Tabel hasil uji reliabel data hasil isi kuesioner:

Tabel 4.7.
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Number of Items</i>	Keterangan
1	Kualitas Produk (X_1)	0.877	8	<i>Reliable</i>
2	Saluran Distribusi (X_2)	0.928	10	<i>Reliable</i>
3	Keputusan Pembelian (Y)	0.764	8	<i>Reliable</i>

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik sedangkan reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* di atas 0,6 adalah baik. Berdasarkan *output* yang diperoleh pada Tabel di atas diperoleh nilai koefisien reliabilitas pada setiap variabel lebih besar dari 0,6 adalah baik maka variabel-variabel yang dilakukan pada *instrument* tersebut adalah baik atau *reliable* dan dapat digunakan dalam penelitian.

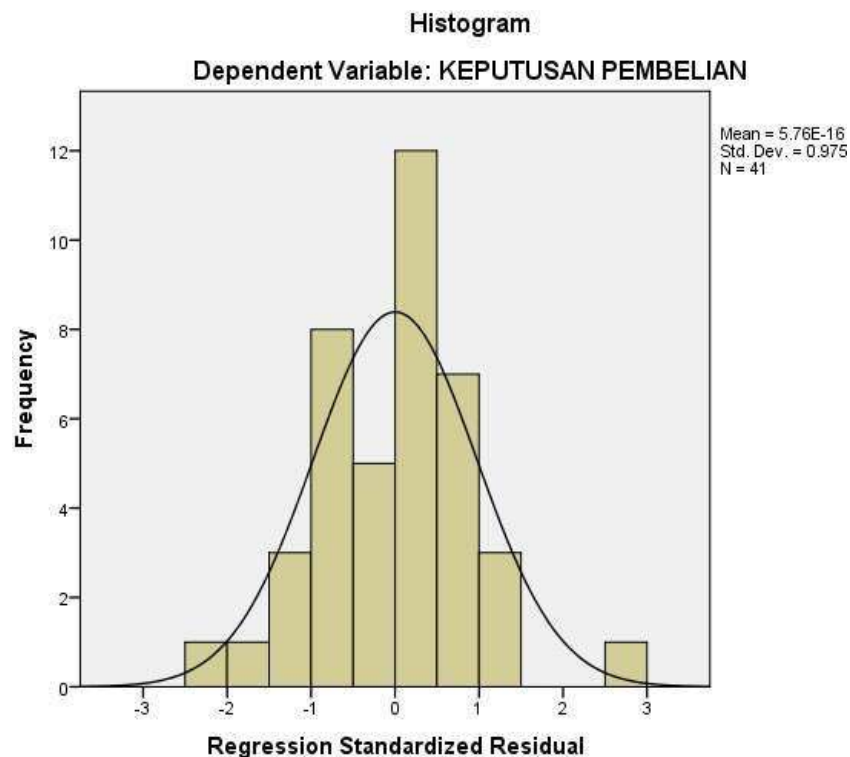
4.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis ini terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa alat uji regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak. Apabila uji asumsi klasik telah terpenuhi maka alat uji statistik regresi linear berganda dapat digunakan.

1. Uji Normalitas

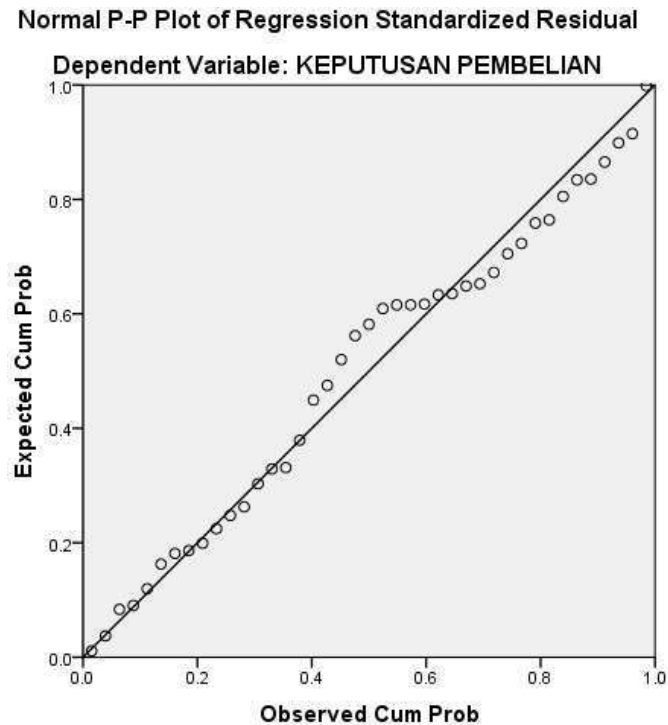
Uji normalitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Hasil pengujian dapat dilihat pada Gambar 4.2. berikut ini :



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)
Gambar 4.2. Uji Normalitas Grafik

Berdasarkan Gambar 4.2. dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal hal ini ditunjukkan oleh distribusi data tersebut di mana tidak menceng ke kiri atau ke kanan.



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)
Gambar 4.3. Uji Normalitas Data

Berdasarkan Gambar 4.3. di atas dapat dilihat bahwa penyebaran data berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual terstandarisasi. Dengan demikian, model regresi hipotesis tersebut memenuhi standart normalitas.

Di luar dari pengujian normalitas yang dilihat melalui grafik maka dapat (K-S) *Test*. Normalitas residual diuji dengan hipotesis sebagai berikut:

- a. H_0 : Residual terdistribusi dengan normal.
- b. H_1 : Residual tidak terdistribusi dengan normal.

Statistik uji yang digunakan adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) *Test*. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Terima H_0 bila signifikan $K-S > \alpha$ (0,05).
2. Tolak H_0 bila signifikan $K-S < \alpha$ (0,05).

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.8.
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	3.63098672
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.061
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.986
Asymp. Sig. (2-tailed)		.285

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.8. di atas diperoleh sig. $K-S > 0,05$ (nilai α) yaitu $0,285 > 0,05$. Dengan demikian, terima H_0 artinya residual terdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah menggunakan uji VIF untuk masing-masing variabel lebih besar atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independent*. Bila nilai $VIF > 10$ dan *Tolerance* $< 0,1$ maka diindikasikan model regresi memiliki gejala multikolinearitas.

Hasil perhitungan multikolinearitas dengan menggunakan uji VIF dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas_Produk	.974	1.027
	Saluran_Distribusi	.974	1.027

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

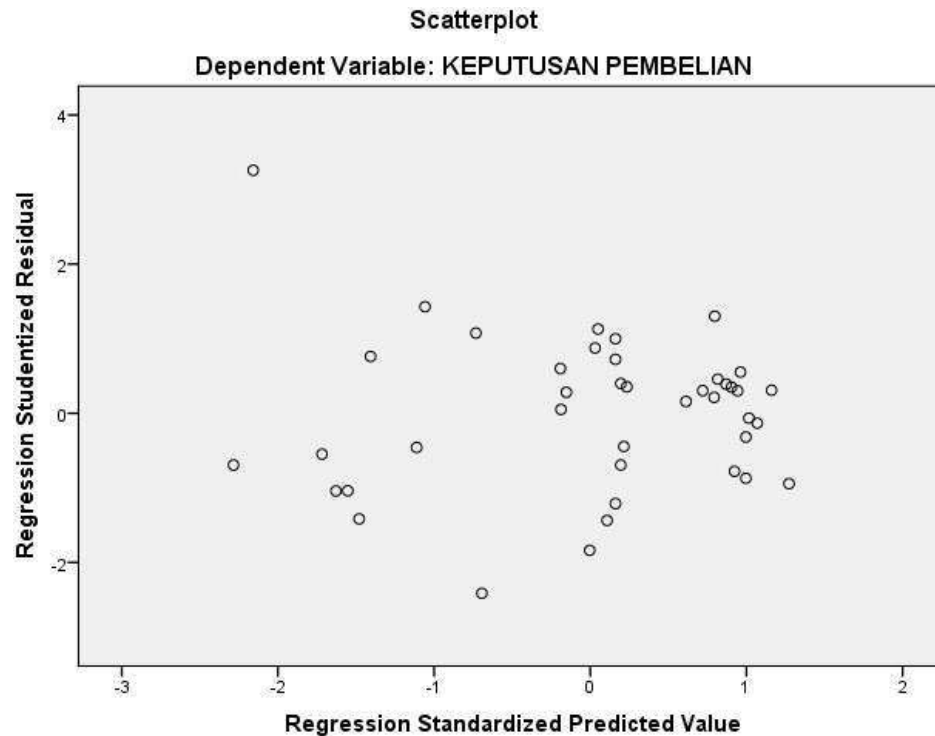
Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9. diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Saluran Distribusi memiliki VIF kurang dari 10 yaitu 1,027 sedangkan nilai *Tolerance* di atas 0,1 yaitu 0,974. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau tidak. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk mendeteksi keberadaan heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metodologi formal yaitu melalui pendekatan grafik.

Berdasarkan hasil perhitungan dari program SPSS untuk menguji heterokedastisitas maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)
Gambar 4.3. Grafik Scatterplot

Dari hasil Gambar 4.3. di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak (*random*) dan tersebar di atas ataupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

4.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) berupa variabel kualitas produk dan saluran distribusi terhadap variabel terikat (Y) berupa keputusan pembelian peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical*

Packages For the Social Science). Adapun hasil *output* perhitungan dari program SPSS sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian (dependent variabel)
 x_1 = Kualitas Produk (independent variabel)
 x_2 = Saluran Distribusi (independent variabel)
a = Konstanta
b = Koefisien regresi variabel independen
e = Kesalahan penduga (5%)

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.944	3.429		1.150	.257
	Kualitas_Produk	.328	.082	.414	4.012	.000
	Saluran_Distribusi	.415	.072	.596	5.776	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel di atas maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 3.944 + 0.328\text{Kualitas Produk} + 0.415\text{Saluran Distribusi} + e$$

Dari hasil persamaan regresi di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a Konstanta (α) = 3,944 artinya walaupun variabel bebas (X_1) yaitu kualitas produk dan variabel bebas X_2 yaitu saluran distribusi bernilai 0 maka keputusan pembelian (Y) pada PT.Sawita Pasaman Jaya adalah tetap sebesar 3,944 satuan.

- b Koefisien X_1 (b_1) = 0,328 dan bernilai positif. Variabel bebas (X_1) yaitu Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,328 satuan ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian CPO pada PT.Sawita Pasaman Jaya akan meningkat sebesar 0,328 satuan.
- c Koefisien X_2 (b_2) = 0,415 dan bernilai positif. Variabel bebas (X_2) saluran distribusi terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,415 satuan ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel saluran distribusi sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian CPO pada PT.Sawita Pasaman Jaya akan meningkat sebesar 0,415 satuan.

4.6. Uji Hipotesis

4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Uji signifikansi parsial (uji-t) sering disebut juga uji validitas pengaruh. Tujuan pengujian dengan uji-t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.(Panjawa and Sugiharti 2021, 29)

- a. $H_0: b_1, b_2 = 0$ (Kualitas Produk; Saluran Distribusi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya)
- b. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$ (Kualitas Produk; Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya)

Hipotesis dapat diketahui apakah diterima atau ditolak yaitu dengan melakukan perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji-t adalah:

1. jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.
2. jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.11
Hasil Uji-t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.944	3.429		1.150	.257
	Kualitas_Produk	.328	.082	.414	4.012	.000
	Saluran_Distribusi	.415	.072	.596	5.776	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel distribusi $t = 5\%:2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $41-2 = 39$ (Herlina 2019b, 129). Dengan pengujian dua sisi (signifikasi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 2,02269.

Berdasarkan Tabel 4.12. diperoleh hasil berikut:

1. Hasil Uji Hipotesis Parsial Variabel Kualitas Produk

Dari Tabel 4.12. dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} sehingga variabel kualitas produk (X_1) sebesar $4,012 > 2,02269$ dan signifikasi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dalam hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_1 artinya kualitas produk berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

2. Hasil Uji Hipotesis Parsial Variabel Saluran Distribusi

Dari Tabel 4.12. dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} dibandingkan nilai t_{tabel} sehingga variabel saluran distribusi (X_2) sebesar $5,776 > 2,02269$ dan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dalam hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_1 artinya saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

4.6.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji-F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) merupakan analisis varian (*analysis of variance* -ANOVA). Secara teknis uji F digunakan untuk menguji hipotesis gabungan (*joint hypothesis*) bahwa semua koefisien regresi secara simultan bernilai nol (Panjawa and Sugiharti 2021, 28) :

- a. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ (Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya)
- b. $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$ (Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya)

Kriteria pengujian uji simultan adalah:

1. Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

2. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.12
Hasil Uji-F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	811.857	2	405.928	29.250	.000 ^b
	Residual	527.363	38	13.878		
	Total	1339.220	40			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Saluran_Distribusi, Kualitas_Produk

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Untuk mencari nilai F tabel diperlukan tabel distribusi F dan menentukan degree of freedom (df) nya, yaitu : df numerator = $k-1 = 3-1 = 2$, df denominator = $n-k = 41 - 3 = 38$ sehingga diperoleh nilai F tabel sebesar 3,24 (Adiputra et al. 2021, 107).

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29,250 > 3,24$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_1 . Dengan demikian, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Dalam *output* SPSS koefisien determinasi terletak pada Tabel Model *Summary* dan tertulis *R Square*.

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.585	3.725

a. Predictors: (Constant), Saluran_Distribusi, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Keterangan:

1. $R = 0,779$ berarti hubungan (*relation*) antar variabel kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian adalah tinggi.
2. Nilai $R\ Square = 0,606$. Artinya keputusan pembelian minyak CPO dipengaruhi oleh kualitas produk dan saluran distribusi sebesar 60,6% sedangkan sisanya 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di luar penelitian ini seperti variabel harga, kualitas layanan, brand image dan lain sebagainya.

4.7 Pembahasan

4.7.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya

Berdasarkan hasil uji-t secara parsial diperoleh bahwa nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} variabel kualitas produk (X_1) sebesar $4,012 > 2,02269$ dan signifikansi sebesar $0,000$ ($0,000 < 0,05$). Maka dalam hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_1 artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

Hasil penelitian ini menyatakan Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian dikarenakan Kualitas Produk yang di hasilkan PT. Sawita Pasaman Jaya memiliki kualitas yang baik dan sesuai standard dengan harga yang diberikan. Hal tersebut agar Kualitas Produk PT. Sawita Pasaman Jaya dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan agar dapat memuaskan konsumen. Sehingga konsumen tidak kecewa dengan Kualitas Produk yang dimiliki PT. Sawita Pasaman Jaya.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Fenny Krisna Marpaung et al. 2020) dengan judul penelitian Pengaruh Citra Merek, Saluran Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Prima Sentosa Lestari. Dimana yang menunjukkan bahwa Citra Merek, Saluran Distribusi dan Kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4.7.2 Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

Berdasarkan hasil uji-t secara parsial diperoleh bahwa nilai t_{hitung} dibandingkan nilai t_{tabel} sehingga variabel saluran distribusi (X_2) sebesar $5,776 > 2,02269$ dan signifikansi sebesar $0,000$ ($0,000 < 0,05$). Maka dalam hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_1 artinya saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

Hasil penelitian ini menyatakan Saluran Distribusi mempengaruhi Keputusan Pembelian disebabkan PT. Sawita Pasaman Jaya telah berupaya melakukan yang baik dalam penyaluran barang yang dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah dijadwalkan sehingga customer tidak menunggu lama terhadap produk tersebut. Saluran distribusi yang macet atau terhambat dalam pengantaran barang, tentunya akan menghambat pendistribusian produk ke distributor atau konsumen akhir sehingga menimbulkan kekecewaan pada diri konsumen dan berujung pada keluhan terhadap perusahaan sehingga menyebabkan konsumen beralih ke perusahaan lainya.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Anggoro, Chel, and Purnomo 2020) dengan judul penelitian Pengaruh Promosi ,Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Valve PT. Valmatic Indonesia. Dimana yang menunjukkan bahwa Promosi, Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4.7.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya

Berdasarkan hasil uji F secara serempak diperoleh bahwa kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya dengan nilai F_{hitung} sebesar 29.250 berpengaruh positif dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hipotesis diterima karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29.250 > 3,24$) yang berarti bahwa kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.

Hasil penelitian ini menyatakan Kualitas Produk dan Saluran Distribusi secara bersama mempengaruhi Keputusan Pembelian disebabkan karena Kualitas Produk dan Saluran Distribusi yang dimiliki oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen tentunya akan mengutamakan kualitas produk sebelum mereka memutuskan akan beli produk tersebut atau tidak. Selain kualitas produk, konsumen juga menginginkan pengantaran produk yang cepat dan akurat. Saluran distribusi memegang peranan penting dalam pemasaran suatu produk. Tanpa distribusi yang baik, barang dari produsen tidak akan bisa sampai ke tangan konsumen akhir yang menjadi target penjualan. Karena itu, penting bagi perusahaan untuk dapat menentukan jalur distribusi yang efektif dan sesuai dengan produknya. Sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan dan tidak beralih atau berpindah ke perusahaan lain.

Dari hasil penelitian ini peneliti memperoleh nilai koefisien determinasi atau Nilai R Square (R^2) sebesar 0,606. Hal ini menunjukkan bahwa 60,6% variabel kualitas produk dan saluran distribusi mampu menjelaskan variabel Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya sedangkan sisanya sisanya 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di luar penelitian ini seperti variabel harga, kualitas layanan, brand image dan lain sebagainya.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Fenny Krisna Marpaung et al. 2020) dengan judul penelitian Pengaruh Citra Merek, Saluran Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

pada PT. Prima Sentosa Lestari. Dimana yang menunjukkan bahwa Citra Merek, Saluran Distribusi dan Kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada BAB IV terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil yang diperoleh dari analisi regresi linier berganda yaitu jika nilai Kualitas Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) tidak bernilai, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Kualitas Produk (X_1) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan menjadi sebesar b_1 . Setiap peningkatan Saluran Distribusi (X_2) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan menjadi sebesar b_2 .
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Produk Secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Saluran Distribusi Secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan saluran distribusi secara simultan bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya.
5. Melalui hasil pengujian koefisien determinasi yang disesuaikan (*R Square*) diperoleh nilai 0,606 artinya 60,6% variabel kualitas produk dan saluran distribusi mampu menjelaskan keterkaitan dengan keputusan pembelian

CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya. sedangkan sisanya 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di luar penelitian ini seperti variabel harga, kualitas layanan, brand image dan lain sebagainya.

5.2. Implikasi Manajerial

Implikasi Manajerial yang dapat dipaparkan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian CPO pada PT. Sawita Pasama Jaya, dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. PT. Sawita Pasaman Jaya harus memperhatikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian:
 - a. PT. Sawita Pasaman Jaya disarankan agar meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pengawasan dalam berbagai aktivitas yang dapat mempengaruhi mutu agar kualitas produk dapat bertahan lama.
 - b. PT. Sawita Pasaman Jaya disarankan agar terus memperhatikan Perbaikan kualitas CPO (Crude Palm Oil) merupakan proses berkelanjutan yang harus senantiasa dilakukan pengontrolan terhadap proses produksi oleh perusahaan agar produk yang dihasilkan semakin mendekati tingkat kesempurnaan dan tidak mengeluarkan aroma bau tengik.
2. PT. Sawita Pasaman Jaya harus mempertahankan Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian:

- a. Perusahaan disarankan agar dapat mempertahankan saluran distribusi yang dipilih baik saluran distribusi secara langsung maupun saluran distribusi secara tidak langsung, karena kedua saluran distribusi yang dipilih dapat memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap hasil penjualan perusahaan.
- b. Perusahaan disarankan agar dapat meningkatkan kondisi barang dalam menyalurkan barang guna untuk menghasilkan kondisi barang yang baik dan tidak rusak sehingga tidak mengecewakan konsumen dan dapat menciptakan kesan yang baik dalam pandangan konsumen sehingga membuat konsumen mau melakukan pembelian kembali.

5.3. Saran Akademis

Saran yang dapat diberikan kepada akademis sebagai berikut :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya selain variabel Kualitas Produk dan Saluran Distribusi.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya di ambil dari beberapa konsumen saja. Selanjutnya di harapkan penelitian berikut mampu

memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh perusahaan sawit yang ada di Sumatera Utara.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 41 pelanggan sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.

- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- 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.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.

- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- 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.
- 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., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.

- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- 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.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CPO
PADA PT. SAWITA PASAMAN JAYA**

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang Anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Identitas Responden :

Jenis Kelamin: () Laki-Laki

() Perempuan

Jumlah Pembelian: () < Rp. 100.000.000

() Rp. 100.000.000 – Rp.200.000.000

() > Rp. 200.000.000

Frekuensi Pembelian: () Sekali Sebulan

() Dua Kali Sebulan

() Lebih Dari Dua Kali Sebulan

Petuniuk dalam pengisian kuesioner :

Berilah tanda silang (X) pada salah satu alternative jawaban Anda pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi Anda. Atas segala bantuan yang diberikan untuk pengisian kuesioner ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Berikut keterangan pemberian skor nilai untuk setiap butir-butir kuesioner adalah:

STS = Sangat Tidak Setuju dengan skor (1)

TS = Tidak Setuju dengan skor (2)

RR = Ragu-ragu dengan skor (3)

S = Setuju dengan skor (4)

SS = Sangat Setuju dengan skor (5)

KUESIONER

Variabel (X₁) Kualitas Produk

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya memberikan kenyamanan bagi pengguna					
2	Saya merasa minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya sehat untuk dikonsumsi					
3	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya dipacking dengan rapi dan bagus					
4	Kualitas minyak sawit dari PT. Sawita Pasaman Jaya terlihat bersih					
5	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya sesuai dengan standar yang ditetapkan					
6	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya tidak ramah lingkungan					
7	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya tidak tahan lama					
8	Minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya mudah mengeluarkan aroma bau tengik					

Variabel (X₂) Saluran Distribusi

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Pengiriman barang tepat waktu					
2	Pengiriman barang tidak pernah tertunda					
3	Barang diterima konsumen dalam keadaan baik					
4	Pengiriman produk sesuai dengan jadwal yang dijanjikan					
5	Kemasan minyak sawit tidak rusak					
6	Minyak sawit masih tetap utuh saat sampai di tempat tujuan					
7	Metode pembayaran yang mudah					
8	Salesmen melayani dengan terampil					
9	PT. Sawita Pasaman Jaya terbuka dengan kritikan apapun					
10	PT. Sawita Pasaman Jaya menyediakan beraneka ragam minyak sawit					

Variabel (Y) Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya karena kebutuhan					
2	Saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya sesuai dengan keinginan saya sendiri					
3	Saya memutuskan membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya setelah membandingkan dengan produk dari perusahaan lain					
4	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk					
5	Saya tidak pernah kecewa setelah membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya					
6	Saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya karena adanya bujukan dari orang lain					
7	Saya yakin akan keputusan saya membeli minyak sawit PT. Sawita Pasaman Jaya karena kualitasnya bagus					
8	Saya akan melakukan pembelian minyak sawit secara berulang					

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

NO	Variabel Kualitas Produk								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	4	5	3	2	2	3	5	27
2	4	4	5	1	3	4	4	2	27
3	1	1	2	3	2	1	1	1	12
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	2	3	2	2	3	3	3	21
6	1	1	4	1	5	3	5	4	24
7	2	1	2	2	1	2	2	1	13
8	5	3	3	3	3	4	4	5	30
9	4	4	4	3	5	3	4	3	30
10	5	5	5	4	5	4	3	5	36
11	2	1	1	1	1	3	2	2	13
12	4	1	3	1	4	5	1	5	24
13	1	1	2	1	3	1	2	3	14
14	5	5	3	5	5	3	4	4	34
15	1	2	2	1	2	1	1	1	11
16	4	4	3	5	4	3	5	5	33
17	1	2	1	2	2	3	2	3	16
18	5	4	4	5	4	4	5	5	36
19	3	3	4	3	3	5	4	3	28
20	4	5	4	3	4	4	5	4	33
21	1	3	5	4	3	5	5	5	31
22	5	5	5	5	4	4	5	4	37
23	5	5	4	5	5	4	4	5	37
24	1	2	1	1	4	2	1	1	13
25	3	5	3	4	5	3	2	1	26
26	3	5	4	4	5	5	3	1	30
27	5	5	2	5	2	5	3	5	32
28	5	4	5	2	2	2	5	2	27
29	4	3	5	4	3	4	5	5	33
30	5	3	3	5	3	3	3	5	30

No	Variabel Saluran Distribusi										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	39
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	16
5	4	4	5	1	4	4	5	4	5	4	40
6	2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	45
7	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	33
8	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	35
9	3	3	3	3	4	4	2	4	5	4	35
10	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	13
11	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	12
12	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
13	5	5	4	4	3	3	3	5	4	5	41
14	5	3	3	3	4	4	4	3	5	5	39
15	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	37
16	4	5	2	5	3	3	4	3	1	1	31
17	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	35
18	3	3	3	3	4	3	5	3	4	3	34
19	4	3	3	3	3	3	5	5	3	4	36
20	3	4	3	4	4	4	5	3	3	2	35
21	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	36
22	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
23	1	2	1	4	1	2	1	1	2	1	16
24	4	4	5	1	4	4	4	4	5	4	39
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
26	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	40
27	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
28	5	3	3	3	5	3	4	4	3	4	37
29	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
30	4	4	4	4	5	5	2	3	4	4	39

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

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Variabel Kualitas Produk (X₁)

Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1	Pearson	1	.704**	.486**	.619**	.327	.478**	.504**	.541**	.808**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.078	.008	.005	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson	.704**	1	.552**	.721**	.515**	.449*	.517**	.292	.814**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.004	.013	.003	.117	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson	.486**	.552**	1	.350	.379*	.428*	.726**	.414*	.730**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.006	.002		.058	.039	.018	.000	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson	.619**	.721**	.350	1	.377*	.417*	.475**	.510**	.775**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.058		.040	.022	.008	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson	.327	.515**	.379*	.377*	1	.354	.319	.239	.584**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.078	.004	.039	.040		.055	.085	.203	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson	.478**	.449*	.428*	.417*	.354	1	.445*	.497**	.680**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.008	.013	.018	.022	.055		.014	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson	.504**	.517**	.726**	.475**	.319	.445*	1	.533**	.768**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.000	.008	.085	.014		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson	.541**	.292	.414*	.510**	.239	.497**	.533**	1	.697**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.002	.117	.023	.004	.203	.005	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson	.808**	.814**	.730**	.775**	.584**	.680**	.768**	.697**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.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 Variabel Kualitas Produk (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	8

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Variabel Saluran Distribusi (X₂)

Correlations												
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
P1	Pearson	1	.562**	.632**	.371*	.739**	.557**	.523**	.689**	.546**	.661**	.801**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.044	.000	.001	.003	.000	.002	.000	.000
P2	Pearson		1	.625**	.651**	.592**	.655**	.573**	.702**	.426*	.496**	.794**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.019	.005	.000
P3	Pearson			1	.285	.684**	.783**	.524**	.716**	.730**	.635**	.838**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.127	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000
P4	Pearson				1	.402*	.521**	.305	.440*	.186	.329	.574**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.044	.000	.127	.028	.003	.101	.015	.325	.076	.001
P5	Pearson					1	.773**	.567**	.692**	.673**	.636**	.854**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.028	.000	.001	.000	.000	.000	.000
P6	Pearson						1	.502**	.622**	.764**	.601**	.855**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.003	.000	.005	.000	.000	.000	.000
P7	Pearson							1	.603**	.403*	.466**	.695**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.003	.001	.003	.101	.001	.005	.000	.027	.010	.000
P8	Pearson								1	.623**	.764**	.871**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000
P9	Pearson									1	.772**	.776**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.002	.019	.000	.325	.000	.000	.027	.000	.000	.000
P10	Pearson										1	.814**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.076	.000	.000	.010	.000	.000	.000
Total	Pearson											1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000

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

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

Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Variabel Saluran Distribusi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	10

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1	Pearson	1	.473**	.578**	.425*	.068	.346	.400*	.038	.675**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.008	.001	.019	.720	.061	.029	.843	.000
P2	Pearson	.473**	1	.441*	.205	.188	.274	.138	.420*	.662**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.008		.015	.276	.319	.143	.466	.021	.000
P3	Pearson	.578**	.441*	1	.303	-.039	.193	.353	.314	.673**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.001	.015		.104	.839	.308	.056	.091	.000
P4	Pearson	.425*	.205	.303	1	.018	.589**	.318	.164	.582**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.019	.276	.104		.923	.001	.087	.386	.001
P5	Pearson	.068	.188	-.039	.018	1	.435*	.319	.440*	.477**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.720	.319	.839	.923		.016	.085	.015	.008
P6\	Pearson	.346	.274	.193	.589**	.435*	1	.410*	.286	.681**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.061	.143	.308	.001	.016		.024	.126	.000
P7	Pearson	.400*	.138	.353	.318	.319	.410*	1	.108	.590**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.029	.466	.056	.087	.085	.024		.570	.001
P8	Pearson	.038	.420*	.314	.164	.440*	.286	.108	1	.589**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.843	.021	.091	.386	.015	.126	.570		.001
Total	Pearson	.675**	.662**	.673**	.582**	.477**	.681**	.590**	.589**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.008	.000	.001	.001	
	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 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	8

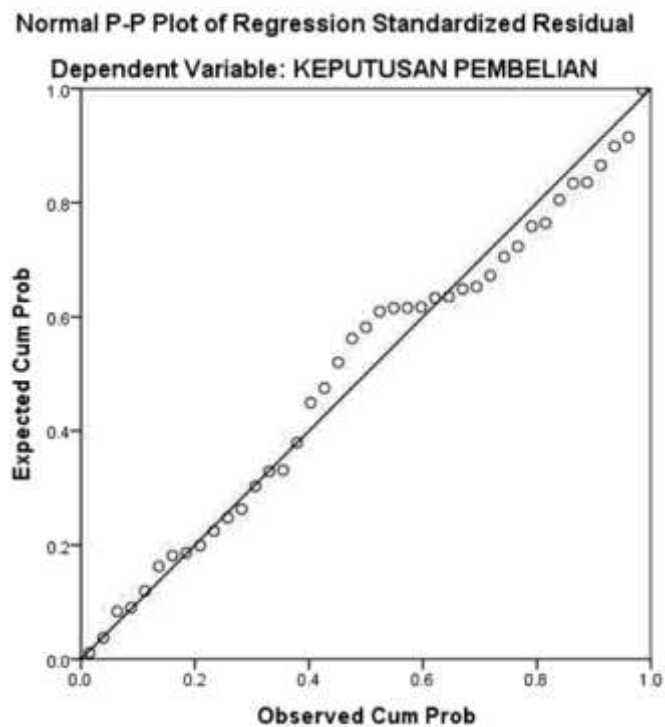
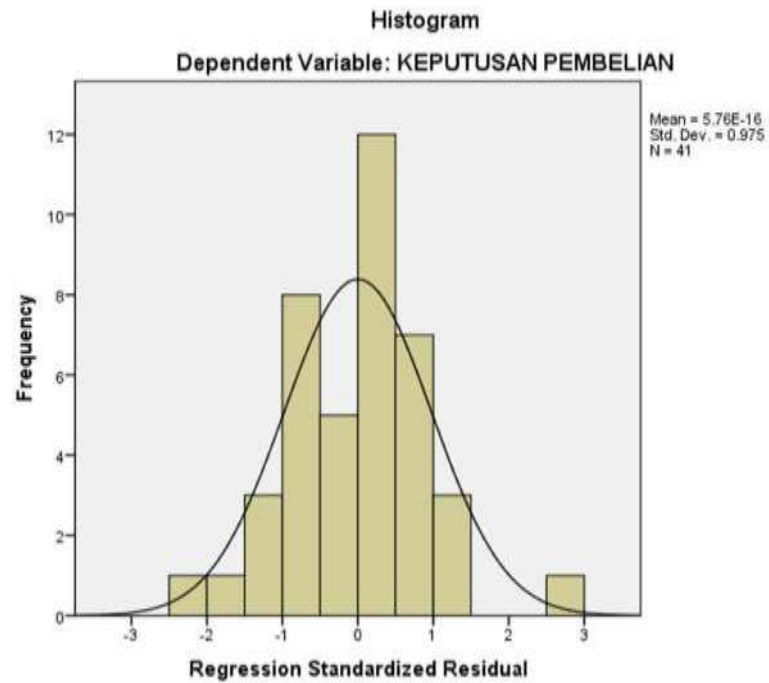
Lampiran 9 Hasil Tabulasi Data Sampel

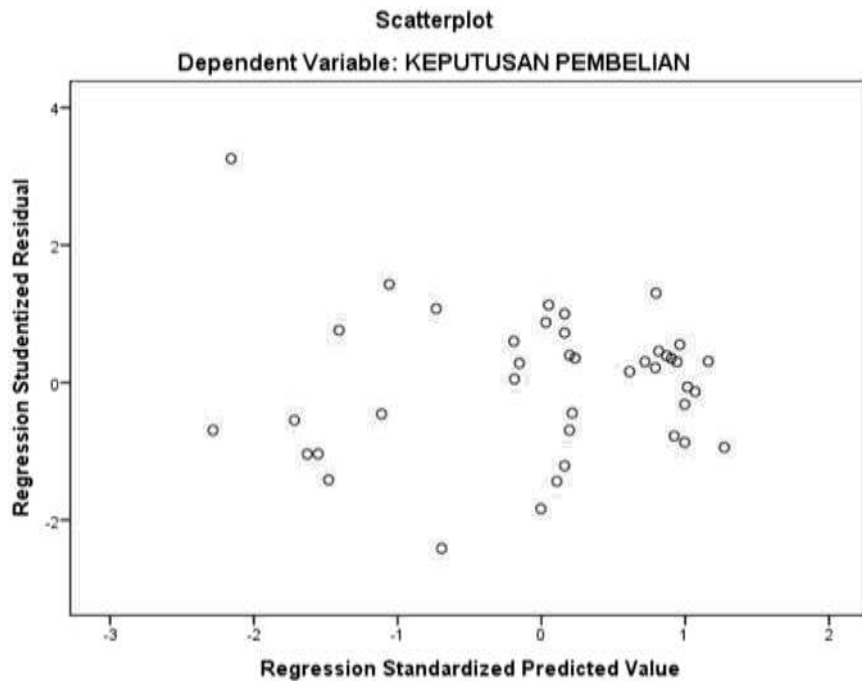
NO	Variabel Kualitas Produk								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	3	5	3	5	5	5	5	36
4	5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	3	5	38
6	5	4	5	5	4	5	5	5	38
7	5	5	5	5	4	5	5	5	39
8	5	5	5	4	5	5	3	5	37
9	5	5	4	5	4	5	2	5	35
10	5	5	5	5	4	4	2	4	34
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	4	5	5	5	39
13	5	5	5	4	5	5	5	5	39
14	5	4	5	5	5	5	5	5	39
15	5	5	5	5	4	4	4	4	36
16	5	5	5	4	4	4	4	5	36
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	5	3	4	3	4	2	4	29
19	5	4	4	4	5	4	4	5	35
20	4	1	4	2	4	3	2	4	24
21	4	4	2	3	2	5	5	2	27
22	4	4	2	2	4	3	2	5	26
23	1	4	4	2	5	4	4	2	26
24	4	1	4	3	4	2	2	4	24
25	4	4	4	3	4	2	4	3	28
26	4	3	2	4	4	4	1	4	26
27	1	2	2	2	1	2	2	2	14
28	1	4	1	4	4	4	2	3	23
29	2	4	4	2	4	4	1	4	25
30	2	4	2	3	4	2	2	4	23
31	2	3	5	5	5	1	4	2	27
32	3	1	3	4	3	4	4	3	25
33	4	3	2	4	5	2	4	4	28
34	2	4	2	4	4	3	4	4	27
35	2	4	3	3	3	2	4	4	25
36	3	2	5	3	3	5	3	3	27
37	5	2	4	3	4	3	4	3	28
38	4	5	3	4	2	3	5	4	30
39	2	3	4	5	5	4	4	4	31
40	4	5	3	4	3	4	2	4	29
41	5	2	4	3	4	3	4	4	29

No	Variabel Saluran Distribusi										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	5	3	3	3	3	5	4	5	3	38
2	4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	42
3	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	44
4	5	5	4	5	4	3	3	5	4	3	41
5	4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	42
6	5	4	5	5	4	3	3	5	4	5	43
7	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	45
8	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	43
9	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	43
10	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	44
11	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	43
12	4	5	3	4	4	5	3	5	4	2	39
13	4	5	3	5	5	4	5	3	5	3	42
14	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	42
15	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	26
16	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	43
17	5	4	3	5	3	3	5	4	3	4	39
18	3	5	4	3	3	3	4	4	5	3	37
19	4	5	3	3	4	5	3	4	5	5	41
20	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	43
21	4	5	3	3	4	5	4	3	5	5	41
22	3	5	5	4	4	5	3	5	4	4	42
23	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	44
24	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	41
25	4	5	3	5	4	5	5	3	5	3	42
26	2	1	2	3	1	2	2	2	1	2	18
27	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	43
28	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	45
29	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	44
30	2	1	1	2	3	2	3	2	1	2	19
31	4	5	3	5	5	4	5	3	4	5	43
32	5	5	4	5	5	3	5	4	5	3	44
33	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	23
34	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	22
35	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	44
36	3	5	2	3	4	5	5	3	5	4	39
37	4	3	3	5	5	4	5	3	5	5	42
38	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	23
39	3	3	3	3	4	2	1	2	2	3	26
40	1	2	3	2	2	3	3	3	3	5	27
41	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	23

No	Variabel Keputusan Pembelian								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	2	3	3	2	3	3	2	19
2	5	5	5	3	3	5	3	5	34
3	5	4	3	5	4	5	5	5	36
4	5	3	5	5	4	5	3	5	35
5	5	5	5	4	3	3	3	3	31
6	5	4	4	5	4	5	2	5	34
7	3	5	5	5	4	4	2	4	32
8	4	5	5	4	5	4	3	5	35
9	5	4	5	5	4	5	5	5	38
10	4	5	3	5	4	5	4	5	35
11	4	5	4	5	3	5	5	5	36
12	4	5	3	5	5	4	3	5	34
13	4	5	3	4	4	5	5	3	33
14	4	5	3	5	5	4	2	3	31
15	1	2	3	2	2	3	2	3	18
16	5	4	5	5	4	3	4	5	35
17	4	5	3	5	4	5	5	3	34
18	5	4	5	3	5	3	3	3	31
19	4	4	5	3	5	4	5	3	33
20	3	3	2	3	3	3	3	3	23
21	4	5	3	5	4	4	5	3	33
22	4	5	3	5	5	4	5	3	34
23	4	5	3	5	3	4	5	3	32
24	5	2	5	3	3	3	3	5	29
25	4	3	3	4	4	5	4	5	32
26	5	3	5	3	5	4	3	3	31
27	5	3	5	3	3	3	3	5	30
28	4	1	3	2	3	4	5	3	25
29	4	4	5	3	5	4	5	3	33
30	1	2	3	1	2	3	3	2	17
31	4	2	3	3	3	4	5	5	29
32	1	1	4	3	5	3	5	4	26
33	1	2	3	2	2	3	3	3	19
34	2	3	2	2	3	3	2	3	20
35	4	5	3	5	5	4	5	3	34
36	3	5	4	1	5	3	5	4	30
37	2	3	3	5	3	4	3	5	28
38	2	3	3	4	2	5	3	4	26
39	4	5	3	5	1	4	5	3	30
40	1	3	3	3	5	3	3	2	23
41	1	2	3	2	2	3	3	2	18

Lampiran 10 Hasil Output SPSS





Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.585	3.725

a. Predictors: (Constant), Saluran_Distribusi, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	811.857	2	405.928	29.250	.000 ^b
	Residual	527.363	38	13.878		
	Total	1339.220	40			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Saluran_Distribusi, Kualitas_Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.944	3.429		1.150	.257		
Kualitas_1 Produk	.328	.082	.414	4.012	.000	.974	1.027
Saluran_Distribusi	.415	.072	.596	5.776	.000	.974	1.027

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		41
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.63098672
	Absolute	.100
Most Extreme Differences	Positive	.061
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.986
Asymp. Sig. (2-tailed)		.285

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



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 E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 29 September 2022

Nomor : 5718/R/STIE-EP/IX/2022

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Sawita Pasaman Jaya
Di-
Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Frisco
NIM	: 191010028
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Cpo Pada Pt. Sawita Pasaman Jaya

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Sawita Pasaman Jaya yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi 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 observasi 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



PT. SAWITA PASAMAN JAYA

SURAT KETERANGAN

Menanggapi permohonan izin dari mahasiswa STIE Eka Presetya tentang izin penelitian (Tugas Akhir S-1), dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suriaty
Jabatan : Supervisor

Menyatakan bahwa tidak keberatan dan memberikan izin melakukan penelitian serta pengumpulan data pada perusahaan ini berkaitan dengan penulisan tugas akhir kepada :

Nama : Frisco
NIM : 191010028
Program Studi : Manajemen (Kewirausahaan A)
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 10 Oktober 2022

PT. SAWITA PASAMAN JAYA

Suriaty
Supervisor



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : FRISCO
NIM : 191010028
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	SENIN / 14 / 02 - 2022	SHIERLY JUDUL PROPOSAL: pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan konsumen membeli produk CV. Aneko Berkas.	181010269	
2.	SENIN / 14 / 02 - 2022	VALENCIA JUDUL PROPOSAL: pengaruh produk dan harga terhadap pengambilan keputusan konsumen membeli produk pada toko perabot makmur Jaya.	181010098	
3.	SELASA / 22 / 02 - 22	LOUIS ALEXANDER WILSON JUDUL PROPOSAL: pengaruh harga grosir dan kualitas produk keputusan konsumen membeli citra sukses Platindo.	181010249	
4.	SELASA / 22 / 02 - 22	VINCENT CUANG JUDUL PROPOSAL: pengaruh promosi dan orientasi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. masu abadi motors.	181010001	
5.	SELASA / 22 / 02 - 22	ERROW PUTRA LEO JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Indah sakti motorindo (dealer sepeda motor honda)	181010011	
		JUDUL PROPOSAL :		
		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 Rereki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : FAISCO

NIM : 191010028

Kelas : Kewirausahaan A.

Konsentrasi : Kewirausahaan, ~~Pemasaran~~ (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0821 7070 2152 Email: Faixodhwa.fc@gmail.com

Alamat Tinggal: Komp. Tamaru platani E-21, LK III, TITIPAPAN, MEDAN DELI

Nama Dosen Pembimbing 1:
Dedy Loruwardi, S.E., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:
Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	27/09-22	Acc judul	
2	01/12-22	Bimbingan Bab 1-3	
3	09/01-23	Susunan di perbaiki	
4		Indikator di perbaiki	
5		hipotesis di perbaiki	
6	25/01-23	Bimbingan online Bab 1-3	
7		Artin di perbaiki	
8	31/01-23	Buat daftar isi, daftar pustaka	
9	07/02-23	Quersoner dan kata pengantar	
10	09/02-23	Acc Sampul	
11	12/04-23	Bimbingan bab 4 dan tambah pembahasan.	
12	13/04-23	Bimbingan bab 5 dan tambah kesimpulan	
13	19/04-2023	Ubah data di SPSS	
14	20/04-2023	Acc 4/ seminar, tapi lengkapi data dahulu.	
15			
16	26/04-2023	Acc Ngn hgn	
17	08/06-2023	Acc kumpul Skripsi	

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1		Bimbingan Pasca Sampul	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorothy Elyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Fpisco

NIM : 191010078

Kelas : Kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0821 7070 2152 Email: Fpisco.chen7.fc@gmail.com

Alamat Tinggal: Komp. Taman platino E-21, Lk III Tirtapada, MEDAN DELI

Nama Dosen Pembimbing 1:
Dedy Lozuardi, S.E., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:
Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	7/11/2022	bimbingan pertama: judul	<i>[Signature]</i>
2	01/12/2022	Bimbingan Bab 1-3	<i>[Signature]</i>
3	20/12/2022	Revisi cover, tabel, format	<i>[Signature]</i>
4	04/01/2023	Revisi hipotesis	<i>[Signature]</i>
5	17/01/2023	ACC Sempurna	<i>[Signature]</i>
6	10/04/2023	Bimbingan Bab 4	<i>[Signature]</i>
7	18/04/2023	- Tambahkan di Pembahasan hasil penelitian yang jelas	<i>[Signature]</i>
8	20/04/2023	- Di kesimpulan nilai uji determinasi hasilnya	<i>[Signature]</i>
9		di kesimpulan	
10	27/04/2023	ACC sidang tugas hijau	<i>[Signature]</i>
11	07/06/2023	ACC kumpul skripsi	<i>[Signature]</i>
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd. Dosen Penguji
No	Tanggal		
1		Bimbingan Pasca Sempurna	<i>[Signature]</i> <i>[Signature]</i>
2	13/06/2023	ACC Revisi Pasca Sidang	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Frisco
Tempat / Tanggal Lahir	: Medan / 26 Mei 2001
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Alamat	: Komp. Taman Platina Blok E21, LK III Titipapan
Alamat Email	: Friscochen7.fc@gmail.com
Agama	: Buddha
Status	: Mahasiswa
Handphone (HP)	: 0821 7070 2152

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD Dr. Wahidin Sudirohusodo
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 : SMP Dr. Wahidin Sudirohusodo
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA Dr. Wahidin Sudirohusodo
4. Tahun 2019 s/d Tahun 2023 : Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Agustus 2019 s/d Agustus 2021	: Staff Adm CV. Wijaya Kusuma Consultancy Service
Agustus 2021 s/d Sekarang	: Staff PT. Damasraya Sawit Lestari

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Tan Kok Peng
Pekerjaan	: Wiraswasta
Alamat	: Komp. Taman Platina Blok E21, LK III Titipapan
Handphone (HP)	: 0812 6035 397
Nama Ibu	: Yenny
Pekerjaan	: Mengurus Rumah Tangga
Alamat	: Komp. Taman Platina Blok E21, LK III Titipapan
Handphone (HP)	: 0812 6924 8118

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 09 Mei 2023

Penulis,



Frisco