

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN DISTRIBUSI PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PENELITIAN PADA KONSUMEN PT. HOLLY KADOZ NIAS SINDO TELUKDALAM-NIAS SELATAN)

Paskalis Dakhi¹

Abstrak

Keputusan pembelian konsumen yang mengalami peningkatan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor secara langsung maupun tidak langsung, seperti kualitas produk, harga, dan distribusi produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, terhadap keputusan pembelian konsumen dengan distribusi produk sebagai variabel intervening. Survey dilakukan kepada konsumen Kadoz di beberapa retailer P&D di kota Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan dengan kriteria responden yaitu konsumen yang sudah pernah membeli produk Kadoz. Teknik analisis data yaitu analisis jalur (path analysis) model kombinasi. Teknik penentuan sampel adalah teknik non probability sampling yaitu judgment sampling, dengan dasar penentuan sampel adalah konsumen yang secara periodik mengonsumsi produk Kadoz dalam kemasan. Populasi adalah seluruh konsumen sedangkan sampel adalah 115 orang. Berdasarkan analisis model persamaan substruktur 1, terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap harga. Persamaan substruktur 2 terbukti bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap distribusi produk. Kemudian analisis model persamaan substruktur 3 terbukti bahwa kualitas produk dan harga, berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui distribusi produk.

Kata kunci: *kualitas produk, harga, distribusi produk dan keputusan pembelian konsumen*

PENDAHULUAN

Bisnis *consumer goods* di Indonesia semakin berkembang. Kebutuhan akan produk dan manfaat yang ditawarkan produsen kepada konsumen menjadikan bisnis pada sektor ini menarik. Kemudahan yang ditawarkan oleh produsen melalui fitur yang disediakan menjadikan produk yang kurang dibutuhkan menjadi dibutuhkan.

Keputusan pembelian konsumen akan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor kualitas produk, harga, distribusi produk dan beberapa faktor lain yang perlu menjadi perhatian pemasar dalam memasarkan produk yang dimilikinya. Peningkatan kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, penetapan harga yang tepat juga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, serta distribusi produk yang menyeluruh dan intensif akan memperbesar peluang keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan produk perusahaan.

Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian tahun (2020) bahwa jumlah industri air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia lebih dari 500 perusahaan, dengan 90%-nya merupakan industri kecil dan menengah (IKM), sedangkan AMDK memiliki pangsa pasar 85 % dari kelompok industri minuman ringan.

¹ Dosen Tetap Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan (dakhi20paskalis@gmail.com)

Semakin meningkatnya kebutuhan air minuman dalam kemasan berpengaruh terhadap peningkatan permintaan produk minuman dalam kemasan. “Secara natural, tingkat konsumsi AMDK lebih tinggi karena fungsinya penghilang dahaga. Selain itu, AMDK harganya juga jauh lebih murah dibandingkan dengan produk minuman dalam kemasan lainnya (Rachmat, 2020). Potensi bisnis AMDK di Tanah Air dinilai cukup prospektif seiring penambahan modal yang terus mengalir dari beberapa produsen. Tahun 2018, volume penjualan sebesar 30 miliar liter. Pada 2019, volume penjualan 33 miliar liter. Tahun 2020 diprediksi pertumbuhan sebesar 8-9% dari prediksi awal tahun pertumbuhan 10% (Aspadin, 2020). Potensi bisnis AMDK di tanah air dinilai cukup prospektif seiring penambahan modal yang terus mengalir dari beberapa produsen. PT. Holly Kadoz Niasindo sebagai produsen air mineral dalam kemasan di wilayah Nias Selatan melakukan juga berupaya meningkatkan penjualannya, hal ini terlihat dari ketersediaan produk melalui distribusi produk yang semakin merata di setiap outlet retailer. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian hal tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Berapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Harga
2. Berapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Distribusi produk secara parsial
3. Berapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Distribusi produk secara gabungan
4. Berapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga dan Distribusi produk terhadap Keputusan pembelian konsumen secara parsial
5. Berapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga dan Distribusi produk terhadap Keputusan pembelian konsumen secara gabungan
6. Berapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga melalui Distribusi produk terhadap Keputusan pembelian konsumen.

TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya”.

Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan (Swastha dan Irawan, 2005).

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Distribusi Produk

Menurut Tjiptono (2008), saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan). Selanjutnya Menurut Kotler dan Keller (2010), saluran distribusi adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

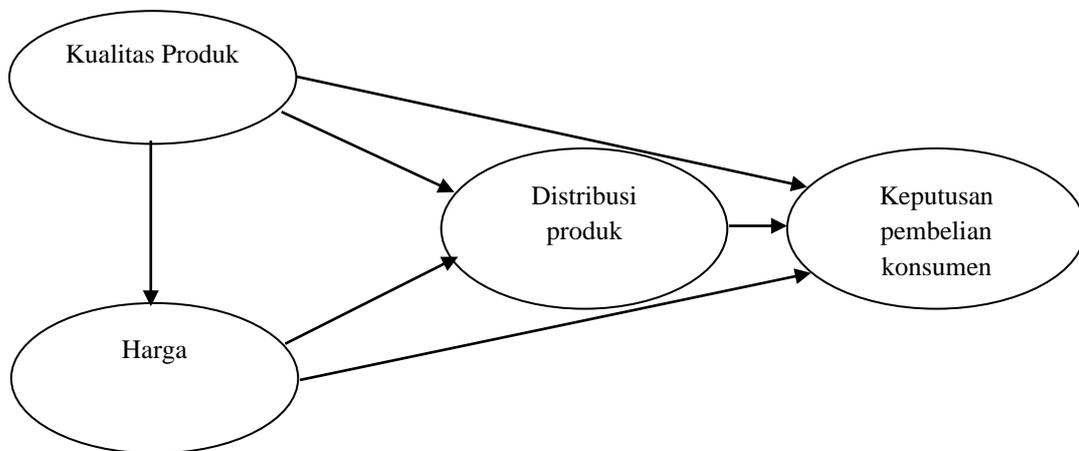
Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Sofjan Assauri, 2004).

Kerangka Berpikir

Keputusan Pembelian Konsumen dapat dipengaruhi oleh Produk, Harga, melalui Distribusi produk.

Gambar 1
Model Diagram Jalur Model Kombinasi Antar Variabel-Variabel Kualitas Produk, Harga, Distribusi Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen.



Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, kerangka teoritis dan kerangka berpikir maka:

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

H0: Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Harga

H1: Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Harga

Hipotesis kedua untuk penelitian ini adalah:

H0: Variabel Kualitas Produk dan Harga tidak berpengaruh terhadap Distribusi Produk baik secara gabungan maupun parsial

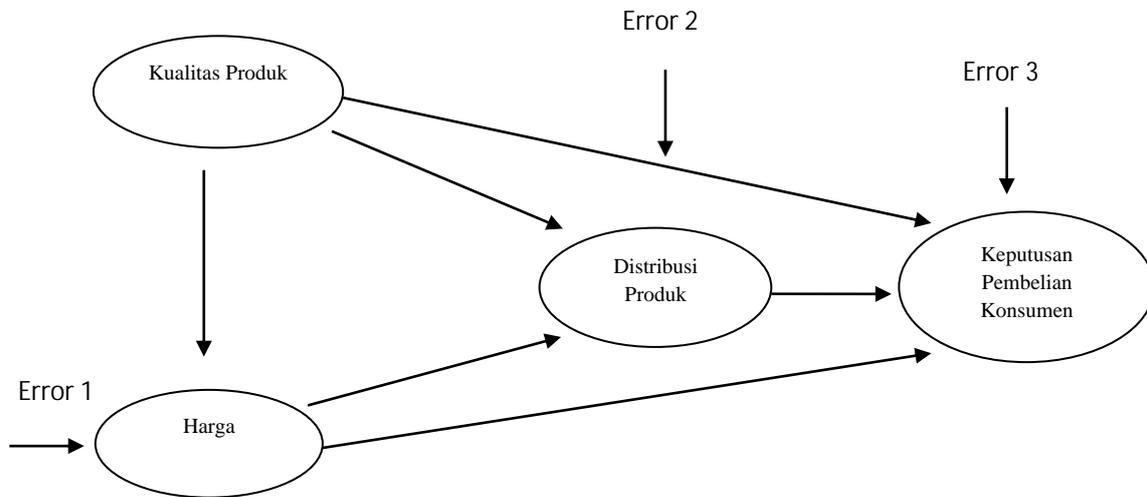
H1: Variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Distribusi Produk baik secara gabungan maupun parsial

Hipotesis ketiga untuk penelitian ini adalah:

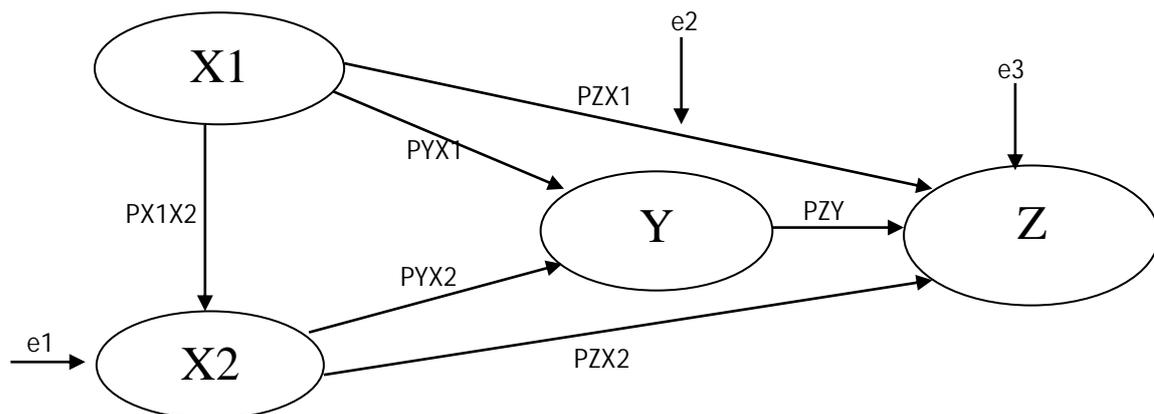
H0: Variabel Kualitas Produk dan Harga melalui Distribusi Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen baik secara gabungan maupun parsial

H1: Variabel Kualitas Produk dan Harga melalui Distribusi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen baik secara gabungan maupun parsial

Gambar 2
Model Diagram Jalur Model Kombinasi Antar Variabel-Variabel Kualitas Produk, Harga, Distribusi Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen



Gambar 3
Diagram Jalur Gabungan Antara Model Regresi Berganda dan Mediasi Antar Variabel-Variabel Kualitas Produk, Harga, Distribusi produk dan Keputusan Pembelian Konsumen



Dimana:

X1 sebagai variabel independen exogenous Kualitas Produk

X2 sebagai variabel dependen endogenous Harga

Y sebagai variabel endogenous perantara Distribusi Produk

Z sebagai variabel endogenous Keputusan Pembelian Konsumen

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kuantitatif pendekatan analisis jalur (*path analysis*) model kombinasi. Menurut Sarwono (2012) analisis jalur “merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang inheren antara variabel yang disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel independen exogenous terhadap variabel dependen endogenous”. Populasi adalah seluruh konsumen Kadoz (survey Juni 2020). Sampel yang digunakan pada penelitian ini 115 orang konsumen. Teknik penentuan sampel yaitu *judge sampling* yaitu responden memiliki karakteristik adalah konsumen yang sudah mengkonsumsi produk Kadoz di kota Teluk Dalam. Teknik pengumpulan data yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik menganalisis data yaitu *analisis jalur model kombinasi* dan

menggunakan *Software IBM SPSS 25*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum responden adalah seluruh konsumen Kadoz di beberapa toko retail kota Teluk Dalam Nias Selatan yang berjumlah 115 orang dengan rentang usia 18-60 tahun, dengan latar belakang pendidikan SMA ke atas.

Persamaan Struktural:

Diagram jalur pada penelitian ini mempunyai tiga persamaan struktural, yaitu:

$$X_2 = \beta_{21}X_1 + e_1 \text{ (persamaan sub struktur 1)}$$

$$Y = \beta_{YX_1}X_1 + \beta_{YX_2}X_2 + e_2 \text{ (persamaan sub struktur 2)}$$

$$Z = \beta_{ZX_1}X_1 + \beta_{ZX_2}X_2 + \beta_{ZY}Y + e_3 \text{ (persamaan sub struktur 3)}$$

Penghitungan Sub-Struktur I

Pengaruh Variabel Independen Exogenous Kualitas Produk Terhadap Variabel Dependen Endogenous Harga

Pengaruh variabel independen exogenous kualitas produk terhadap variabel endogenous harga dapat dilihat pada tabel 1 berikut, dengan memperhatikan nilai R Square.

Tabel 1
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .504 ^a | .254 | .247 | 3.19400 | 1.227 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Harga

Berdasarkan tabel 1, maka nilai R square (R^2) adalah 0,254. Artinya bahwa sebesar 25,4% variabel harga dipengaruhi oleh kualitas produk. Sedangkan 74,6 % ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Tabel 2
ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 392.379 | 1 | 392.379 | 38.462 | .000 ^b |
| | Residual | 1152.786 | 113 | 10.202 | | |
| | Total | 1545.165 | 114 | | | |

a. Dependent Variable: Harga

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Validitas Hasil Penelitian Untuk Sub-Struktur I

Uji Kelayakan Model

Untuk mengetahui apakah model regresi sudah benar maka dilakukan dua cara yaitu: menggunakan nilai F dan kedua dengan menggunakan nilai probabilitas/signifikansi.

Hasil perhitungan dengan IBM SPSS didapatkan angka F penelitian sebesar 38,462 > F tabel sebesar 3,08. Dengan demikian ada hubungan linier antara variabel independen exogenous kualitas produk dan variabel endogenous harga.

Kesimpulannya adalah model regresi diatas sudah layak dan benar
 Untuk nilai probabilitas (sig) penelitian dengan IBM SPSS sebesar 0,000 dengan kriteria signifikan 0,05. Dengan hasil perhitungan angka probabilitas/signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian ada hubungan linier variabel independen exogenous kualitas produk dengan variabel endogenous harga.

Kesimpulannya adalah model regresi diatas sudah layak dan benar

Uji Ketepatan Predictor

Untuk menguji ketepatan peredictor (variabel exogenous) yang digunakan untuk memprediksi variabel endogenous dapat digunakan angka *standar error of estimate*. Ketentuannya ialah sebagai berikut:

Jika nilai angka *standar error of estimate* < standar deviasi; maka prediktor layak/benar
 Jika nilai angka *standar error of estimate* > standar deviasi; maka prediktor tidak layak/salah.

Jika dilihat hasil perhitungan nilai *standar error of estimate* sebesar $3,194 < 3,6815$ standar deviasi (variabel kualitas produk). Variabel exogenous yang digunakan sebagai prediktor sudah benar.

Uji Autokorelasi

Untuk uji autokorelasi dalam model regresi maka keterntuannya adalah; terjadi autokorelasi jika nilai Durbin and Watson = $1 < DW > 3$.

Tabel 3
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .504 ^a | .254 | .247 | 3.19400 | 1.227 |

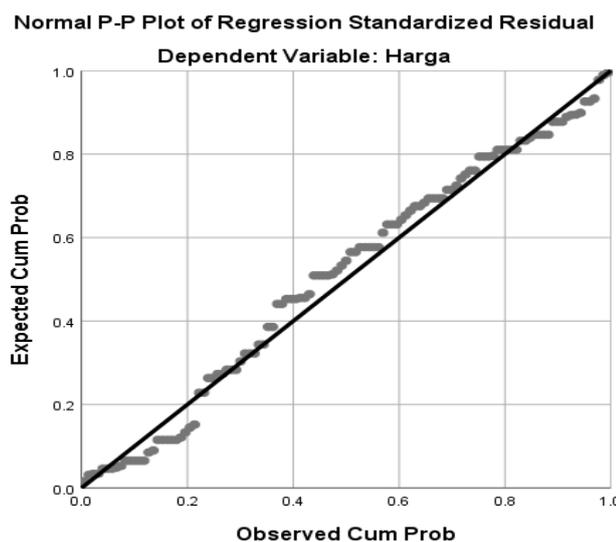
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Harga

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,227. Berarti tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi berganda yang dibuat.

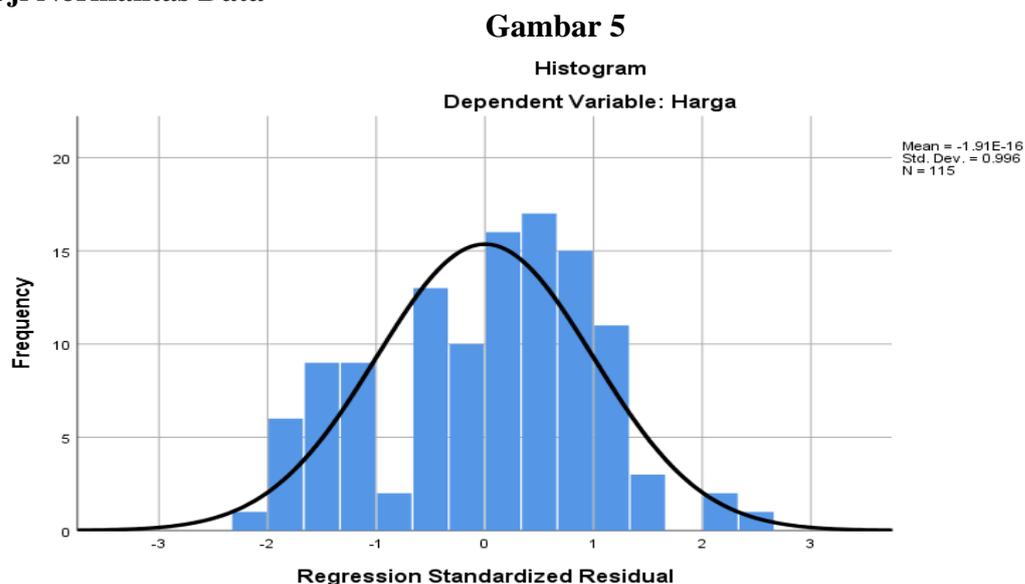
Uji Linieritas

Gambar 4



Dari gambar 4 disimpulkan data sudah membentuk garis lurus dari sisi kiri bawah ke kanan atas sesuai dengan teori linieritas, sehingga dapat disimpulkan bahwa linieritas dalam model regresi sudah dipenuhi.

Uji Normalitas Data



Berdasarkan gambar 5, terlihat bahwa data yang digunakan kecenderungan membentuk kurva bel: dengan demikian data dianggap berdistribusi normal.

Kesimpulannya ialah model regresi yang sudah dibuat memenuhi semua persyaratan yang diharuskan dalam analisis jalur dan dengan demikian model regresi dalam path analysis ini sudah layak/benar.

Penghitungan Sub- Struktur II

Pengaruh Variabel Exogenous Independen Kualitas Produk dan Harga Secara Gabungan Terhadap Variabel Endogenous Distribusi Produk

Pengaruh variabel exogenous independen kualitas produk dan harga secara gabungan terhadap variabel endogenous distribusi produk dapat diketahui pada tabel *Model Summary*, khususnya angka R square pada tabel 4.

Tabel 4
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .422 ^a | .178 | .163 | 2.67666 | 1.636 |

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

b. Dependent Variable: DistribusiProduk

Besarnya nilai R Square (R^2) pada tabel 4 adalah 0,178 atau sebesar 17,8 %. Angka tersebut mempunyai makna besarnya pengaruh variabel exogenous independen kualitas produk dan harga secara gabungan terhadap variabel endogenous kepuasan pelanggan. Sedangkan besarnya faktor lain diluar penelitian ini sebesar $1 - 0,178 = 0,822$ atau 82,2%.

Pengaruh Variabel Exogenous Independen Kualitas Produk dan Harga Secara Parsial Terhadap Variabel Endogenous Distribusi Produk

Besarnya pengaruh variabel independen exogenous kualitas produk dan harga terhadap variabel endogenous distribusi produk dapat dilihat dari nilai Beta atau *Standardized Coefficient* pada tabel 4. Sedangkan untuk uji hipotesisnya digunakan nilai t.

Tabel 5
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 18.937 | 2.515 | | 7.530 | .000 |
| | KualitasProduk | .195 | .086 | .226 | 2.283 | .024 |
| | Harga | .206 | .079 | .259 | 2.616 | .010 |

a. Dependent Variable: DistribusiProduk

Hubungan antara Variabel Exogenous Kualitas Produk dengan Variabel Endogenous Harga

Nilai t dari hasil perhitungan IBM SPSS menunjukkan bahwa hubungan linier variabel exogenous kualitas produk dengan variabel endogenous harga sebesar 2,283 sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 dan dengan Derajat Kebebasan(DK) = n-2 atau 115-2= 113, maka diperoleh angka t tabel sebesar 1,6582

Hasil penghitungan dengan IBM SPSS dengan t penelitian 2,283 > t tabel sebesar 1,6582 Dengan demikian keputusannya ialah H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya ada hubungan linier antara variabel exogenous kualitas produk dengan variabel endogenous harga. Karena ada hubungan linier antara kedua variabel tersebut, maka variabel independen exogenous kualitas produk mempengaruhi variabel endogenous harga.

Besarnya pengaruh variabel independen exogenous kualitas produk terhadap variabel endogenous harga dapat diketahui dari nilai koefisien Beta sebesar 0,226 atau jika dibuat persen menjadi 22,6%. Pengaruh ini signifikan karena nilai signifikansi /probabilitas hasil perhitungan yang tertera dalam kolom Sig sebesar 0,024 < 0,05.

Hubungan antara Variabel Exogenous Harga dengan Variabel Endogenous Distribusi Produk

Nilai t penelitian dari hasil perhitungan IBM SPSS menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel independen exogenous Harga dengan variabel endogenous Distribusi Produk sebesar 2,616 sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 dan dengan Derajat Kebebasan(DK) = n-2 atau 115-2= 113, maka diperoleh angka t tabel sebesar 1,6582

Hasil penghitungan dengan IBM SPSS dengan t penelitian 2,616 > t tabel sebesar 1,6582 Dengan demikian keputusannya ialah H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya ada hubungan linier antara variabel exogenous harga dengan variabel endogenous distribusi produk. Karena ada hubungan linier antara kedua variabel tersebut, maka variabel independen exogenous harga mempengaruhi variabel endogenous distribusi produk.

Besarnya pengaruh variabel independen exogenous kualitas produk terhadap variabel endogenous harga dapat diketahui dari nilai koefisien Beta sebesar 0,259 atau jika dibuat persen menjadi 25,9%. Pengaruh ini signifikan karena nilai signifikansi /probabilitas hasil perhitungan yang tertera dalam kolom Sig sebesar 0,010 < 0,05.

Korelasi Antara Variabel Independen Exogenous Kualitas Produk dan Harga

Nilai koefisien antara variabel independen exogenous kualitas produk dan harga dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6
Correlations

| | | DistribusiProduk | KualitasProduk | Harga |
|---------------------|------------------|------------------|----------------|-------|
| Pearson Correlation | DistribusiProduk | 1.000 | .357 | .374 |
| | KualitasProduk | .357 | 1.000 | .504 |
| | Harga | .374 | .504 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | DistribusiProduk | . | .000 | .000 |
| | KualitasProduk | .000 | . | .000 |
| | Harga | .000 | .000 | . |
| N | DistribusiProduk | 115 | 115 | 115 |
| | KualitasProduk | 115 | 115 | 115 |
| | Harga | 115 | 115 | 115 |

Berdasarkan tabel 6, maka diperoleh angka koefisien korelasi antara variabel independen exogenous kualitas produk dan harga sebesar 0,504. Korelasi sebesar 0,504 bermakna hubungan antara variabel independen kualitas produk dan harga kuat dan searah. Korelasi antara dua variabel tersebut bersifat signifikan karena angka signifikan penelitian sebesar $0,000 < 0,05$.

Validitas Hasil Riset Untuk Sub Struktur II

Kelayakan Model Regresi

Uji kelayakan model dengan menggunakan nilai F penelitian pada tabel 7 dan kemudian dengan menggunakan nilai probabilitas/signifikansi.

Tabel 7
ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 173.540 | 2 | 86.770 | 12.111 | .000 ^b |
| | Residual | 802.425 | 112 | 7.165 | | |
| | Total | 975.965 | 114 | | | |

a. Dependent Variable: DistribusiProduk

b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

Berdasarkan hasil perhitungan dengan IBM SPSS (tabel 7) maka F penelitian sebesar $12,111 > F$ tabel sebesar 3,08. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan linier antara variabel independen exogenous kualitas produk dan harga dengan distribusi produk.

Sedangkan nilai signifikan menunjukkan angka probabilitas/signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan linier antara variabel independen exogenous kualitas produk dan harga dengan distribusi produk

Kesimpulannya adalah dengan melihat F penelitian maupun dengan melihat nilai probabilitas/signifikansi maka model regresi tersebut sudah layak dan benar.

Ketepatan Predictor yang digunakan

Untuk menguji ketepatan predictor (variabel exogenous) dapat menggunakan angka standar deviasi dan angka *standard error of estimate*.

Tabel 8
Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|------------------|---------|----------------|-----|
| DistribusiProduk | 31.0174 | 2.92594 | 115 |
| KualitasProduk | 31.6087 | 3.38908 | 115 |
| Harga | 28.6174 | 3.68159 | 115 |

Tabel 9
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .422 ^a | .178 | .163 | 2.67666 | 1.636 |

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

b. Dependent Variable: DistribusiProduk

Jika dilihat hasil perhitungan pada tabel 9 dan 8 maka nilai *standar error of estimate* sebesar $2,6766 < \text{standar deviasi } 3,3890$ (variabel kualitas produk) dan $3,6815$ (variabel Harga). Kesimpulannya yaitu dua variabel exogenous yang digunakan sebagai predictor sudah benar.

Uji Kelayakan Koefisien Regresi

Jika dilihat pada tabel 5, maka koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,024 dan harga sebesar 0,010 signifikan karena nilai sig-nya dibawah 0,05.

Uji Autokorelasi

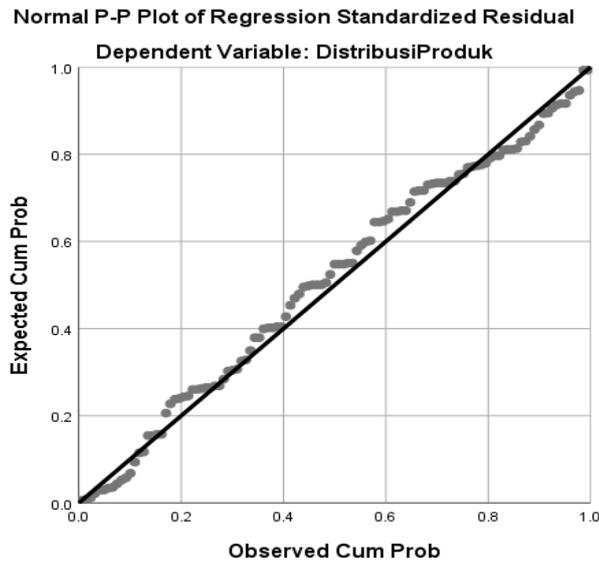
Dari hasil perhitungan berdasarkan pada tabel 9, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,636. Berarti tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi berganda yang sudah digunakan.

Uji Multikolinieritas

Tidak terjadi multikolinieritas karena korelasi antara kedua variabel exogenous kualitas produk dan harga sebesar 0,504 jauh dibawah 1.

Uji Linieritas

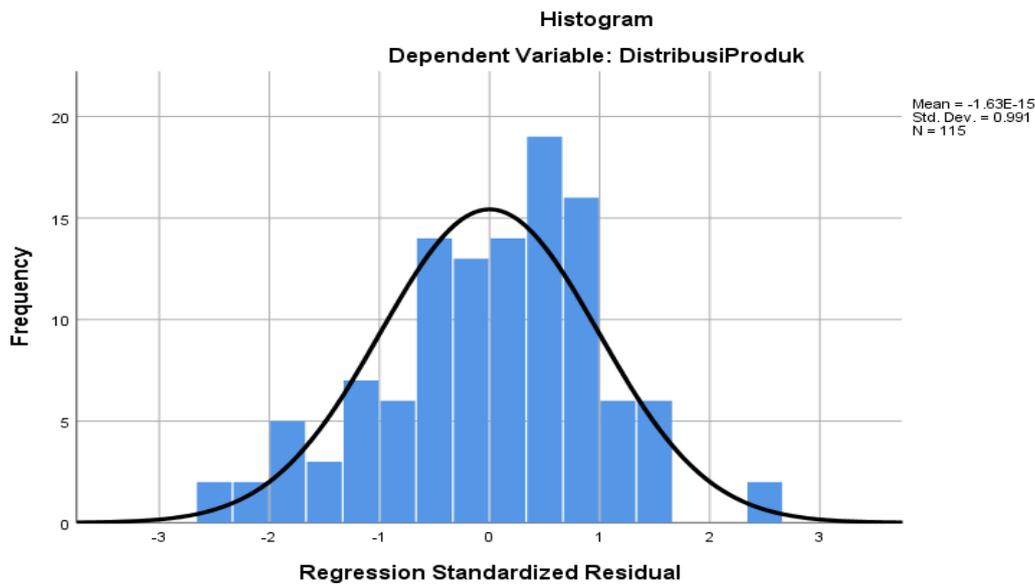
Gambar 6



Berdasarkan gambar 6 dapat disimpulkan data sudah membentuk garis lurus dari sisi kiri bawah ke kanan atas sesuai dengan teori linieritas, sehingga dapat disimpulkan bahwa linieritas dalam model regresi sudah dipenuhi.

Uji Normalitas Data

Gambar 7



Berdasarkan gambar 7, menunjukkan data yang digunakan memiliki kecenderungan membentuk kurva bel, dengan demikian data dianggap berdistribusi normal.

Kesimpulannya ialah model regresi yang dibuat sudah memenuhi semua persyaratan yang diharuskan pada model regresi dalam analisis jalur (*path analysis*) sehingga sudah layak/benar.

Penghitungan Sub- Struktur III

Pengaruh Variabel Exogenous Independen Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Produk Secara Gabungan Terhadap Variabel Endogenous Keputusan Pembelian Konsumen

Tabel 10
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .441 ^a | .194 | .173 | 2.78469 | 1.631 |

a. Predictors: (Constant), DistribusiProduk, KualitasProduk, Harga

b. Dependent Variable: KeputusanPembelianKonsumen

Besarnya nilai R Square (R^2) pada tabel 10 adalah 0,194 atau 19,4 %. Angka itu memiliki makna besarnya pengaruh variabel exogenous independen kualitas produk, harga dan distribusi produk terhadap variabel endogenous keputusan pembelian konsumen secara gabungan. Sedangkan sisanya sebesar $1 - 0,194 = 0,806$ atau 80,6% adalah faktor lain dalam model diluar ketiga variabel independen exogenous.

Pengaruh Variabel Independen Exogenous Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Besarnya pengaruh variabel independen exogenous kualitas produk, harga dan distribusi produk terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial dapat dilihat dari nilai Beta pada tabel 11.

Tabel 11
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 15.492 | 3.211 | | 4.825 | .000 |
| | KualitasProduk | -.081 | .091 | -.089 | -.887 | .377 |
| | Harga | .130 | .084 | .157 | 1.544 | .126 |
| | DistribusiProduk | .412 | .098 | .394 | 4.189 | .000 |

a. Dependent Variable: KeputusanPembelianKonsumen

Hubungan antara Variabel Exogenous Kualitas Produk dengan Variabel Endogenous Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan penghitungan dengan IBM SPSS menunjukkan angka t penelitian sebesar $-0,887 < t \text{ tabel } 1,6584$ dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan linier antara variabel exogenous Kualitas Produk dengan variabel endogenous Keputusan Pembelian Konsumen. Dari nilai koefisien Beta sebesar -0.089 atau $-8,9\%$. Pengaruh sebesar ini tidak signifikan karena nilai signifikansi/probabilitas yaitu $0,377 > 0,05$.

Hubungan antara Variabel Exogenous Harga dengan Variabel Endogenous Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil penghitungan IBM SPSS menunjukkan angka t penelitian sebesar $1,544 < t \text{ tabel } 1,6584$ dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada hubungan linier antara variabel exogenous Harga dengan variabel endogenous

Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai koefisien Beta sebesar 0,157 atau 15,7%. Pengaruh sebesar ini tidak signifikan karena nilai sig sebesar $0,126 > 0,05$.

Hubungan antara Variabel Exogenous Distribusi Produk dengan Variabel Endogenous Keputusan Pembelian Konsumen.

Hasil penghitungan dengan IBM SPSS menunjukkan t penelitian sebesar $4,189 > t$ table $1,6584$ dengan demikian keputusannya ialah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan linier antara variabel independen Distribusi Produk dengan variabel endogenous Keputusan Pembelian Konsumen. Karena ada hubungan linier maka variabel independen exogenous distribusi produk mempengaruhi variabel endogenous Keputusan Pembelian Konsumen. Nilai koefisien Beta ialah $0,394$ atau $39,4\%$. Pengaruh sebesar ini signifikan karena nilai signifikansi/probabilitas yaitu nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$.

Korelasi Antara Variabel Independen Exogenous Kualitas Produk dan Harga

Nilai koefisien korelasi antara variabel independen exogenous kualitas produk dan harga sebesar $0,568$. Korelasi sebesar $0,504$ bermakna hubungan variabel independen exogenous kualitas produk dan harga kuat dan searah. Jika variabel kualitas produk meningkat maka harga juga akan meningkat. Korelasi kedua variabel tersebut signifikan karena angka signifikansi (sig) penelitian sebesar $0,000 > 0,05$.

Tabel 12
Correlations

| | Keputusan Pembelian Konsumen | Kualitas Produk | Harga | Distribusi Produk |
|-----------------|------------------------------|-----------------|-------|-------------------|
| Pearson | Keputusan Pembelian Konsumen | 1.000 | .130 | .259 |
| Correlation | Kualitas Produk | .130 | 1.000 | .504 |
| | Harga | .259 | .504 | 1.000 |
| | Distribusi Produk | .420 | .357 | .374 |
| Sig. (1-tailed) | Keputusan Pembelian Konsumen | . | .083 | .003 |
| | Kualitas Produk | .083 | . | .000 |
| | Harga | .003 | .000 | . |
| | Distribusi Produk | .000 | .000 | .000 |
| N | Keputusan Pembelian Konsumen | 115 | 115 | 115 |
| | Kualitas Produk | 115 | 115 | 115 |
| | Harga | 115 | 115 | 115 |
| | Distribusi Produk | 115 | 115 | 115 |

Korelasi Antara Variabel Independen Exogenous Kualitas Produk dan Distribusi Produk

Perhitungan dengan menggunakan IBM SPSS diperoleh angka koefisien korelasi antara variabel independen exogenous kualitas produk dan distribusi produk sebesar $0,357$. Korelasi sebesar $0,357$ bermakna hubungan antara variabel independen exogenous kualitas produk dan distribusi produk adalah cukup dan searah. Jika variabel kualitas produk dinaikkan maka distribusi produk juga meningkat. Kemudian korelasi

dua variabel tersebut juga bersifat signifikan karena angka signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$.

Korelasi Antara Variabel Independen Exogenous Harga dan Distribusi Produk

Berdasarkan tabel 12 diperoleh angka koefisien korelasi antara variabel independen exogenous Harga dan variabel endogenous Distribusi Produk sebesar 0,374. Korelasi sebesar 0,374 bermakna hubungan antara variabel independen exogenous Harga dan variabel endogenous Distribusi Produk kuat dan searah. Jika harga meningkat maka Distribusi Produk akan semakin meluas. Korelasi kedua variabel tersebut signifikan karena angka signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$.

Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS adalah sebagai berikut:

Pengaruh variabel kualitas produk terhadap harga

$$X1 \text{ ke } X2 = 0,504$$

Pengaruh variabel kualitas produk terhadap distribusi produk

$$X1 \text{ ke } Y = 0,357$$

Pengaruh variabel harga terhadap distribusi produk

$$X2 \text{ ke } Y = 0,374$$

Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen

$$X1 \text{ ke } Z = 0,130$$

Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen

$$X2 \text{ ke } Z = 0,259$$

Pengaruh variabel distribusi produk terhadap keputusan pembelian konsumen

$$Y \text{ ke } Z = 0,420$$

Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung sebagai berikut:

Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen melalui distribusi produk

$$PYX1 \times PZY = 0,357 \times 0,420 = 0,149$$

Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen melalui distribusi produk

$$PYX2 \times PZY = 0,374 \times 0,420 = 0,157$$

Pengaruh Total (*Total Effect*)

Pengaruh total sebagai berikut:

Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen melalui distribusi produk

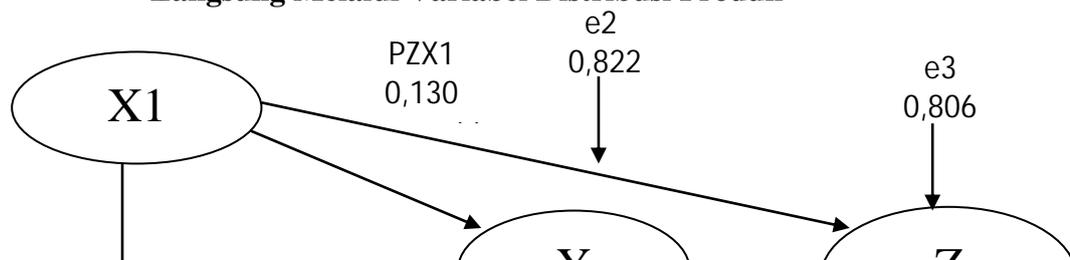
$$PYX1 + PZY = 0,357 + 0,420 = 0,777$$

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen melalui distribusi produk

$$PYX2 + PZY = 0,374 + 0,420 = 0,794$$

Diagram Jalur untuk Model *Path Analysis Kombinasi*

Gambar 8
Diagram Jalur Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Langsung dan secara Tidak Langsung Melalui Variabel Distribusi Produk



| | | | |
|-------|-------|-------|-------|
| | | PYX1 | |
| | | 0,357 | |
| | PX1X2 | | PZY |
| | 0,504 | | 0,420 |
| | | PYX2 | |
| | | 0,374 | |
| e1 | | | PZX2 |
| 0,746 | | | 0,259 |

Diagram jalur pada gambar 8, mempunyai tiga persamaan struktural, yaitu:

Sub struktur 1: $X_2 = 0,504 X_1 + e_1$

Sub struktur 2: $Y = 0,357X_1 + 0,374X_2 + e_2$

Sub struktur 3: $Z = 0,130 X_1 + 0,259X_2 + 0,420Y + e_3$

Berdasarkan hasil analisis perhitungan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap harga secara langsung sebesar 0,504
2. Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen secara langsung sebesar 0,259
3. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen secara langsung sebesar 0,130
4. Pengaruh variabel distribusi produk terhadap keputusan pembelian konsumen secara langsung sebesar 0,420
5. Pengaruh variabel kualitas produk, harga, distribusi produk terhadap keputusan pembelian konsumen secara gabungan sebesar 0,194
6. Pengaruh variabel lain diluar model ini terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,806
7. Pengaruh variabel harga terhadap distribusi produk sebesar 0,374
8. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap distribusi produk sebesar 0,357
9. Pengaruh variabel kualitas produk dan harga secara gabungan terhadap distribusi produk sebesar 0,178
10. Pengaruh variabel lain di luar model terhadap distribusi produk sebesar 0,822

Validitas Hasil Riset Untuk Sub Struktur III

Kelayakan Model Regresi

Mengetahui apakah model regresi sudah benar dilakukan dengan uji F dan juga menggunakan nilai probabilitas/nilai signifikansi seperti terlihat pada tabel 13.

Tabel 13
ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 207.636 | 3 | 69.212 | 8.925 | .000 ^b |
| | Residual | 860.747 | 111 | 7.754 | | |
| | Total | 1068.383 | 114 | | | |

a. Dependent Variable: KeputusanPembelianKonsumen

b. Predictors: (Constant), DistribusiProduk, KualitasProduk, Harga

Berdasarkan hasil perhitungan dengan IBM SPSS didapatkan F penelitian sebesar 8,925 > F tabel sebesar 3,08. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya ada

hubungan linear antara variabel independen kualitas produk, harga dan distribusi produk dengan keputusan pembelian konsumen. Kesimpulannya adalah model regresi diatas sudah layak dan benar.

Hasil perhitungan IBM SPSS menunjukkan angka probabilitas/signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan linier antara variabel independen exogenous kualitas produk, harga dan distribusi produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang pada analisis hasil dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk, harga dan distribusi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumenair kemasan *Kadoz* baik secara gabungan maupun parsial
2. Variabel kualitas produk dan harga melalui distribusi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumenair kemasan *Kadoz* baik secara gabungan maupun parsial

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disarankan kepada *PT. Holly Kadoz Niasindo* sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa variabel kualitas produk, harga dan distribusi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen air kemasan *Kadoz* di kota Teluk Dalam, Nias Selatan. Untuk itu PT *Kadoz* perlu meluncurkan produk-produk baru yang berkualitas, menegavaluasi kembali strategi harga kepada retailer dan retailer kepada konsumen. Kemudian meningkatkan distribusi produk pada semua outlet yang menjadi target pasar produk *Kadoz* dalam kemasan.
2. Berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa variabel kualitas produk, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui variabel distribusi produk. Strategi distribusi produk yang merata dan maksimum juga dikombinasikan dengan strategipeningkatan kualitas produk dan strategi harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kotler dan Armstrong. 2001, *Principles of Marketing* (Ninth Edition), Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga
- Swastha dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Path Analysis, Teori ,Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, Fandy. 2008, *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing

[Http://pengertiandanartikel.blogspot.com/2016/10/pengertian-distribusi-menurut-ahli.html](http://pengertiandanartikel.blogspot.com/2016/10/pengertian-distribusi-menurut-ahli.html) (diakses 16 Juni 2020)

[Https://industri.kontan.co.id/news/menakar-bisnis-air-minum-dalam-kemasan-jelang-pemilu-2019](https://industri.kontan.co.id/news/menakar-bisnis-air-minum-dalam-kemasan-jelang-pemilu-2019) (diakses 18 Juni 2020)

[Https://pasardana.id/news/2020/7/10/air-minum-dalam-kemasan-yang-beredar-di-dalam-negeri-sudah-sesuai-sni/](https://pasardana.id/news/2020/7/10/air-minum-dalam-kemasan-yang-beredar-di-dalam-negeri-sudah-sesuai-sni/) (diakses 22 Juli 2020)

[Https://www.cnbcindonesia.com/market/20200603103326-19-162659/curhatan-aspadin-penjualan-air-minum-kemasan-kecil-turun-40](https://www.cnbcindonesia.com/market/20200603103326-19-162659/curhatan-aspadin-penjualan-air-minum-kemasan-kecil-turun-40) (diakses 20 Juni 2020)