JBEP: Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak
Volume. 1, No. 1 Maret 2024
e-ISSN :3046-9864, dan p-ISSN :3046-9880, Hal. 23-32
DOI: https://doi.org/10.61132/jbep.v1i2.166

Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Nanas Segar Studi Kasus Konsumen PT Putra Jaya Nanas Desa Sidorejo Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar

Tommy Febriyanto
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri
Email : tommyfebrianto23@gmail.com

Diana Ambarwati
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri
Email : dianaambar88@gmai.com

Alamat: Jln. Sersan Suharmaji No. 38 Kediri
Korespondensi penulis : tommyfebrianto23@gmail.com

Abstract: *This study is to determine the effect of product quality and distribution channels on purchasing decisions at PT Putra Jaya Nanas Blitar. Types of quantitative research. Data collrction techniques primary data and secondary data, the number of samples is 100 responden at PT Putra Jaya Nanas Blitar. The analysis techniques are Validity Test, F Test and Coefficient of Determination Test. The result of multiple linier regression research Y= 4,430 + 0,316X1 + 0,792X2 and the result of the t-test of product quality variables have a significant effect on purchasing decisions. Distribution channels have a significant effect on purchasing decisions the result of the F test obtained the result of Fcount with a significance value of 0,000<0,05.*

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

Abstrak: Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Nanas Blitar. Jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data data primer dan data sekunder, jumlah sampel sebanyak 100 responden di PT Putra Jaya Nanas Blitar. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil penelitian regresi linier berganda Y= 4,430 + 0,316X1 + 0,792X2 dan hasil uji t variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hasil uji F diperoleh hasil Fhitung dengan nilai signifikansi 0,000<0,05.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Produksi buah domestik semestinya mencukupi kebutuhan nasional. Namun produksi yang besar belum didukung kualitas yang baik. Diperlukan aksi segera untuk membenahi daya saing produksi domestik.

Penelitian tentang kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya penelitian dilakukan oleh Darsono, Nur Elfie Husda dengan tanggal penelitian 3 juli 2020 dengan judul "Pengaruh Distribusi Dan Kualiatas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Mulia Makkmur Lestari" hasil penelitian bahwa terdapat Pengaruh Distribusi dan Kualiatas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di PT. Mulia Makmur Lestari.

Nanas merupakan buah tropis yang di gemari oleh masyarakat Indonesia karena rasanya manis dan cenderung asam dan tinggi akan vitamin, tanaman nanas banyak tumbuh di

Received: April 30, 2024; Accepted: Juni 05, 2024; Published: Juni 30, 2024;

kabupaten blitar khusunya perbatasan antara blitar-kediri. inovasi dari buah nanas yang banyak sekali ialah di jadikan minuman sari nanas. Perusahaan PT Putra Jaya Nanas dengan nama produknya "segarrr" adalah salah satu perusahaan yg memproduksi sari nanas di kabupaten blitar. Karena tingginya produksi sari nanas dari PT Putra Jaya Nanas "segarrr" harus menjaga kuliatas produk, menurut Kotler and Armstrong (2016:11) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Seperti perusahaan sari nanas "segarr" saat ini bersaing dalam hal hal kualitas produk seperti citarasa. Dengan kualitas produk yang tinggi, konsumen juga akan merasa tertarik terhadap produk tersebut dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Untuk itu perusahaan harus jeli dan teliti dalam mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dan perilaku konsumen dalam mengetahui apa yang dianggap penting oleh konsumen, perusahaan juga harus tahu persepsi konsumen tentang nilai dan hal yang mendorong minat mereka untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir, yang kesemuanya itu dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sambil bersatu mencapai tujuan organisasi. Dalam proses pemasaran ini masalah yang dihadapi tidak hanya sebelum barang dibuat tetapi juga barang itu selesai dibuat dan siap dipasarkan. Untuk menggerakkan proses tersebut maka dibutuhkan sebuah saluran yang dinamakan saluran distribusi. Saluran Distribusi adalah seperangkat Lembaga yang melakukan kegiatan untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirim, serta menyampaikan bareng pada konsumen. Dalam hal distribusi, ada dua sisi yang berperan, yakni produsen dan konsumen. Produsen sebagai sisi principal berperan supaya suatu produk dapat tersebar secara merata. Sementara pada sisi konsumen adalah bagaimana mereka sebagai pemakai produk dapat memperoleh produk itu dengan mudah.

Pelaksanaan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan di dalam usaha pemasarannya, banyak perusahaan yang kurang tepat sasaran dalam penjualan sehingga dapat memacetkan usaha penyaluran produk ke agen-agen atau ke toko. Seringkali perusahaan menganggap kegiatan saluran distribusi sebagai kegiatan yang akan berjalan sendiri. Mereka lupa bahwa saluran distribusi yang efektif penyebaran dan jangkuan produk lebih luas dan merata.

Pada PT Putra Jaya Nanas mendapatkan permasalahan pada Kualitas Produk yaitu cita rasa yang kurang manis dan warna produk yang kurang cerah sehingga kurang menarik dimata

konsumen. Sehingga dapat menyebabkan keputusan pembelian menurun. Selain permasalahan kualitas produk juga terdapat permasalahan pada pengantaran produk ketangan pelanggan tidak tepat waktu, sehingga pelanggan akan berpaling ke persaingan. kualitas dari suatu produk diperusahaan dengan pengembalian produk realtif signifikan yang menjadikan produk ini dilihat mutu barang, bahan yang menjadikan pengamatan bagi pelanggan. Permasalahan terkait dengan pelanggan dalam memutuskan pada pembelian di produk yang dimiliki oleh PT. Putra Jaya Nanas.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: a) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, b) Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian,c) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

TINJAUAN DAN KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Bailia *et al* (2014) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan oleh pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan perlanggan atau konsumen.

Saluran Distribusi

Menurut Tjiptono (2014:295), saluran distribusi merupakan serangkaian pertipisan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk atau jasa dari penjual ke pembeli akhir.

Keputusan Pembelian

Kotler and Keller (2016:227) menambahkan bahwa, proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Teori Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian Bagas Rifki Wicaksono (2016) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Yang Dimediasi Oleh Minat Beli" yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Teori Hubungan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian Hernawaty, SE., MM dan Stevhanie Wijaya, SE (2018) dengan judul "Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Medan yang menyatakan bahwa variabel saluran distribusi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Teori Hubungan Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian Thelis (2020) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Kallista Prima yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Accidental sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 konsumen. Sampel berasal dari Konsumen PT Putra Jaya Nanas Desa Sidorejo Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar.

Responden usia 17 s/d diatas 40 tahun setuju dengan produk yang dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan, harapan dan produk sering dibeli. Seluruh responden usia 17 s/d diatas 40 tahun juga setuju dengan bentuk kemasan yang diminati konsumen, model kemasan yang berbeda dari kemasan lain, dan dalam kemasan terdapat kesesuaian warna kemasan yang sedap dipandang mata. Responden usia tersebut juga setuju dengan produk yang dikonsumsi aman dan halal, produk terlihat memiliki kelebihan dibanding produk lain, produk dapat dihandalkan dari segi rasa dan manfaat, produk tidak cacat atau rusak pada produk itu sendiri atau kemasan, produk terbuat dari bahan yang aman dan tahan lama, pelayanan terbaik yang diberikan produsen serta produk terkesan berkualitas (Ambarwati, 2016).

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Indikator kualitas produk menurut Fandy Tjiptono (2015): a) *Perfomance* (kinerja), b) *Features*, c) *Reliability* (kehandalan), d) *Confermance* (kesesuaian), e) *Durability* (daya tahan), f) *Serviceability*, g) *Perceived*

Indikator saluran distribusi menurut Kotler dan keller (2015): a) Ukuran Lot, b) Waktu Tunggu Dan Waktu Pengiriman, c) Kenyamanan Special, d) Keragaman Produk.

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016): a) *Product Choice* (pilihan produk), b) *Brand Choice* (pilihan merk), c) *Dealer Choice* (pilihan

tempat penyalur), d) *Purchase Amount* (jumlah pembelian atau kuantitas), e) *Purchase Timing* (waktu pembelian), f) *Payment Method* (metode pembayaran).

Berdasarkan sumber datanya, data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari konsumen PT Putra Jaya Nanas melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder berasal dari Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, seperti melalui literatur atau studi pustaka. Dalam penelitian ini skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala Responden diharuskan memberikan pendapat atas pertanyaan yang diajukan. Jawaban atas pertanyaan terdiri dari lima kategori dengan skor sebagai berikut: a) Jawaban sangat setuju: skor 5, b) Jawaban setuju: skor 4, c) Jawaban tidak setuju: skor 2, d) Jawaban sangat tidak setuju: skor 1. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan SPSS versi 16.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas ini menggunakan Pearson Correlation yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dapat dikatakan valid jika tingkat sigifikansinya berada di bawah 0,05.

hasil pengujian yang disajikan pada tabel 4.7 diatas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item dari masing-masing variabel memiliki nilai signifikan dibawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item peryataan variabel valid.

Uji reabilitas Untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel (layak) jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* < 0,60.

Tabel 1. Statistik Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	14

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 2. Statistik Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.654	8

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 3. Statistik Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.741	12

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil nilai *cronbach's alpha* semua variabel > 0,60 sehingga indikator atau kuesioner dari ketiga variabel tersebut reliabel atau layak dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Pengujian menggunakan test of normality Kolmogorov-smirnov yang dilihat untuk keperluan uji normalitas adalah bagian baris Kolmogorov-smirnov Z dan Asymp.Sig(2-tailed) dengan probabilitas > 0,05 maka berdistribusi normal. Berdasarkan analisis statistik, nilai signifikan Asymp.Sig untuk variabel Kualitas Produk (X1), Saluran Distribusi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) lebih besar dari taraf signifikansi yang ditetapkan > 0,05 yaitu sebesar 0,681 sehingga dapat disimpulak bahwa data terdistribusi normal.

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model digunakan sudah benar atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antaa variabel independent dan variabel dependent. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat dijelaskan bahwa Kualitas Produk (X1), Saluran Distribusi (X2) memiliki hubungan yang linier terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan masing-masing nilai sig. Deviation from Linearity untuk X1 sebesar 0,374, X2 sebesar 0,575 lebih besa dari 0,05.

Uji multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat multikolonieritas. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolonieritas dalam data. Berdasarkan hasil bahwa model regresi antar variabel independent tidak terjadi korelasi atau tidak terjadi multikolinearitas pada variabel Kualitas Produk (X1) dan Saluran Distribusi (X2) memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10,0 dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinearitas, hal ini berarti antar variabel independent tidak terjadi korelasi.

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mendeteksi apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara beberapa pengamatan atau tidak. Ketika probabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5%, dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam model regresi tidak terdapat adanya heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil dapat diketahui bahwa nilai signifikasi atau sig (2-tailed) variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,746, Saluran Distribusi (X2) sebesar 0,375. Nilai kedua variabel X lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan Analisis Hasil Regresi Linier Berganda pada penelitian ini, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y= 4{,}430 + 0{,}316X_1 + 0{,}792X_2$$

Nilai konstanta sebesar 4,430 artinya bila Kualitas Produk (X_1), Saluran Distribusi (X_2) nilainya tetap maka, Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 4,430. Nilai regresi linier berganda pada variabel Kualitas Produk yaitu 0,316 yang artinya jika variabel *independent* yang lain nilainya tetap dan variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan 1% maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,316 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Produk dengan keputusan pembelian. Nilai regresi linier berganda pada variabel Saluran Distribusi yaitu 0,792 yang artinya jika variabel independent yang lain nilainya tetap dan variabel Saluran Distribusi mengalami kenaikan 1% maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,792 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Saluran Distribusi dengan keputusan pembelian.

Uji t atau yang dikenal dengan uji parsial merupakan uji untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Adapaun dalam ujian ini peneliti menggunakan perangkat pemrograman *PC SPSS 16.0 for windows* sebagai berikut: Nilai probabilitas untuk kulitas produk (X_1) nilai sig 0.001 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dari hasil tersebut memperlihatkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Nanas Blitar. Nilai probabilitas untuk Saluran Distribusi (X_2), nilai sig 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dari hasil tersebut memperlihatkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel saluran distribusi (X_2) terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Nanas Blitar.

Uji hipotesis simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, juga pengaruh variabel bebas terhadap variabel variabel terikat secara simultan. Jika nilai kritisnya < 0,05, dinyatakan bahwa variabel otonom secara simultan mempengaruhi variabel terikat. Berdasarkan hasil perhitungan, menunjukkan bahwa nilai signifikansi F sebesar 0,000 < dari 0,05 Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa kualitas produk (X_1) dan saluran distribusi (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Nanas Blitar.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berdasarkan hasil besarnya koefisien determinan atau R^2 diperoleh nilai sebesar 0,439 artinya besarnya kualitas produk (X_1), saluran distribusi (X_2), terhadap

keputusan pembelian sebesar 43,9% dan sisanya 56,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar

Hasil penelitian secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Nanas Blitar. Hasil Hipotesis 1 yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Pada PT Putra Jaya Nanas Blitar mengalami beberapa kendala maupun permasalahan yaitu mengenai kualitas produknya yang kurang sesuai dengan harapan konsumen, sedangkan kualitas yang tinggi dan baik terhadap produk mampu meningkatkan pembelian secara berulang terhadap produk. Berdasarkan tabel jawaban responden menjawab setuju yang berarti dengan kualitas produk yang baik sangat membantu konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang sehingga mampu meningkatkan Keputusan Pembelian.

Hal ini ini didukung juga oleh penelitian dari Rissa Mustika Sari (2021) dengan judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Survei Pelanggan Produk Sprei Rise" dengan hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar

Hasil penelitian secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Nanas Blitar. Hasil Hipotesis 2 yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Pada PT Putra Jaya Nanas Blitar mendapatkan kendala mengenai pemilihan saluran distribusi yang tidak tepat sehingga konsumen atau pelanggan merasa kesulitan dalam pembelian produk, dalam hal ini pemilihan saluran distribusi yang tepat sangatlah membantu perusahaan dalam penjualan produk. Berdasarkan tabel tabel jawaban responden menjawab setuju yang berarti dengan adanya saluran distribusi sangat membantu konsumen untuk mendapatkan produk sari nanas segarrr sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

Hal ini ini didukung juga oleh penelitian dari Hendra Nazmi (2021) dengan judul "Pengaruh Promosi Penjualan dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Furing Prima pada PT. Biru Indikon" dengan hasil bahwa Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar

Hasil penelitian secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Nanas Blitar. Hasil Hipotesis 3 yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Pada PT Putra Jaya Nanas Blitar mengalami beberapa kendala maupun permasalahan yaitu mengenai kualitas produknya yang kurang sesuai dengan harapan konsumen, sedangkan kualitas yang tinggi dan baik terhadap produk dan juga kurang tepatnya mengenai pemilihan saluran distribusi. Berdasarkan tabel tabel jawaban responden menjawab setuju yang berarti dengan Kualitas Produk yang baik dan adanya saluran distribusi sangat membantu konsumen untuk memuaskan konsumen dan mendapatkan produk sari nanas segarrr sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

Hal ini ini didukung juga oleh penelitian dari Darsono (2019) dengan judul "Pengaruh Distribusi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari" dengan hasil bahwa Distribusi dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan urian dan analisis dari bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar" sebagai berikut: a) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar. b) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Saluran Distribusi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar. c) Terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar.

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan dari penelitian ini, adapun beberapa saran yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik untuk peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang yaitu: a) Bagi peneliti selanjutnya, perlu adanya penelitian lanjutan terhadap faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian lain yang belum dilakukan pada penelitian ini. Selain itu peneliti selanjutnya disarankan tidak hanya meneliti mengenai variabel kualitas produk dan saluran distribusi hal ini dikarenakan masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, kualitas pelayanan. b) Bagi pihak badan usaha diharapkan agar memperhatikan kembali kualitas produk yang diberikan seperti kualitas rasa, peningkatan dalam kualitas kemasan agar konsumen merasa puas akan produk

selain mengenai kualits produk perusahaan harus memperhatikan pemilihan saluran distribusi, karena memilih distributor yang tepat pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar sangatlah membantu perusahaan dalam hal penjualan terhadap produk dan konsumen dapat dengan mudah mengkonsumsi produk sari nanas segarrr sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian pada PT Putra Jaya Sari Nanas Blitar.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarwati, D. (2016). Analisis kepuasan konsumen terhadap desain kemasan, kualitas rasa, dan merk dagang pada produk makanan minuman Kota Kediri. Jmk, 1(3), 206-222.

Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado. Jurnal Emba, 2(3), 1768-1780.

Darsono, & Husda, N. E. (2020). The effect of distribution and product quality toward purchasing. Emba, 8(3), 44-53.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Maria, I. (2020). Pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada PT. Kallista Prima. Retrieved from https://repositori.buddhidharma.ac.id

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa – Prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.

Wijaya, S., & Hernati. (2018). Pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Capella Dinamik Nusantara Medan. Ekonomi dan Bisnis, 8(2), 69-82.