

**PENGARUH HARGA, SALURAN DISTRIBUSI DAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AIR MINUM KEMASAN BOLESA
(Studi pada Konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

**NAMA : RUDI KURNIAWAN
NIM : 3021021004**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rudi Kurniawan
Nim : 3021021004
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Saluran Distribusi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Kemasan Bolesa (Studi pada Konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka)

Pembimbing Utama

Erwin, S.E., M.M., PhD.
NP. 506507013

Pembimbing Pendamping

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Balunijuk, 16 Maret 2016
Ketua Jurusan Manajemen



Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP. 198605082014042001

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH HARGA, SALURAN DISTRIBUSI DAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM
KEMASAN BOLESA (STUDI PADA KONSUMEN DI DESA BALUNIJUK
KABUPATEN BANGKA)**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: Rudi Kurniawan
Nomor Induk Mahasiswa: 302 10 21 004

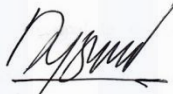
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 7 Maret 2016 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Penguji



Erwin, S.E., M.M., Phd
NP. 506507013

Anggota



Dony Yanuar, S.E., M.M
NP. 107408040

Anggota



Dian Prihardini Wibawa
NIP. 198207222014042002

Balun Ijuk, 16 Maret 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan



Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen



Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP. 198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Saluran Distribusi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Kemasan Bolesa (Studi pada Konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka)” ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Pangkalpinang, 16 Maret 2016

Penulis



Rudi kurniawan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*“Orang pintar belum tentu dia bijak dan orang yang banyak bicara, dia bukan orang bijak
(Prof. Sahetafi).*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan:

1. Ibu dan Ayah Ku tercinta yang selalu memberi kasih sayang yang tulus, selalu memotivasi, mendo`akan dan memberi moril maupun materil.
2. Kakak dan adik-adikku yang tercinta dan tersayang yang selalu menjadi motivasi dalam hidupku.
3. Teman-temanku yang telah mendo`akan dan memberi bantuan serta dorongan.
4. Dosen UBB Fakultas Ekonomi yang telah memberikan Pengetahuan dan Ilmunya
5. Almamaterku tercinta Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Rudi kurniawan. 3021021004. *The Effects of price, Distribution Channel, And Brand on the Buying Decision in the Case Bottled Water Bolesa (A Consumer Study in Balunijuk Village, Bangka Regency)*

Bolesa is the brand of the first bottled water product ever produced in Bangka Island by PT. Duta Putra Lexindo in 1998. This study aims to analyze and determine how much effects do price, distribution channel, and brand have on the buying decision in the case of Bolesa bottle water (a consumer study in Bangka Regency) and to determine which independent variable has the most effect on the dependent one. This is a descriptive and quantitative study with survey approach and sample of 100 people using accidental sampling technique. The independent variables are price, distribution channels, and brand; while the dependent variable is buying decision. To test the instruments, validity and reliability tests are employed. The analysis method used is multiple linear regressions with t test and F test. The result of the study shows that price, distribution channels, and brand significantly affect buyer's decision. The F test calculation shows that $F_{count} (16772) > F_{table} (2.72)$, while the significance is $(0,000) < \alpha$ at 5% or 0,05. Therefore, H_4 is accepted and H_0 is rejected. The value of the coefficient of determinant (Adjusted R Square) is 0,323 or 32,3% thus the simultaneous effects of variable X on variable Y is 32,3%. The t test shows that for X_1 , $t_{count} 2.730 > t_{table} 1.980$; for X_2 , $t_{count} 2.462 > t_{table} 1.980$; and for X_3 , $t_{count} 2.420 > t_{table} 1.980$, hence the conclusion that the three independent variables significantly affect Y (dependent variable) both individually and together

Keywords : price, Distribution Channel, Brand, and Buying decision

ABSTRAK

Rudi kurniawan. 3021021004. Pengaruh Harga, Saluran Distribusi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Kemasan Bolesa (Studi pada Konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka)

Bolesa merupakan produk minuman kemasan pertama yang ada di pulau Bangka di produksi oleh PT. Duta Putra Lexindo pada tahun 1998. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh harga, saluran distribusi dan merek terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan Bolesa (Studi Pada Konsumen Di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka) dan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan pendekatan survey jumlah sampel 100 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri pengaruh harga, saluran distribusi dan merek, sedangkan variabel terikatnya keputusan pembelian. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, saluran distribusi dan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Seperti hasil dari perhitungan uji F bahwa $F_{hitung} (16.772) > F_{tabel} (2.72)$ sedangkan signifikansi $(0.000) < \alpha$ pada taraf 5% atau 0.05. Sehingga H_4 diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0.323 atau 32.3%, maka pengaruh variabel X secara serentak terhadap variabel Y sebesar 32.3%. Sedangkan uji t di ketahui variabel X1 t hitung $2.730 > t_{tabel} 1.980$, X2 t hitung $2.462 > t_{tabel} 1.980$, dan variabel X3 t hitung $2.420 > t_{tabel} 1.980$, maka dikatakan ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (terikat) baik secara individu.

Kata Kunci: Harga, Saluran Distribusi Dan Merek dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Harga, Saluran Distribusi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Kemasan Bolesa (Studi pada Konsumen di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka)”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik itu dalam isi/ materi atau susunan kalimat, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini kearah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

3. Bapak Erwin, S.E.,M.M.,Phd selaku dosen Pembimbing I yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Khairiyansyah, S.E.,M.M selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Staf Pengajar di FE UBB khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
6. Keluarga tersayang dan tercinta, orang tua terutama kedua orang tuaku, kakak dan adik-adikku yang telah memberikan motivasi dan doanya

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat membangun peradaban bagi Provinsi Bangka Belitung.

Pangkalpinang, 16 Maret 2016

Penulis

Rudi kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran	11
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.2. Konsep Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1.3. Bauran Pemasaran	15

2.1.2.	Pengertian Harga.....	16
2.1.2.1.	Penentuan Harga.....	17
2.1.2.2.	Metode Penentuan Harga.....	18
2.1.3.	Pengertian Saluran Distribusi	19
2.1.3.1.	Tingkat Saluran Distribusi.....	20
2.1.3.2.	Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan Saluran Distribusi	21
2.1.3.3.	Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi.....	24
2.1.3.4.	Fungsi Saluran Distribusi	25
2.1.4.	Pengertian Merek.....	26
2.1.4.1.	Makna Merek.....	27
2.1.4.2.	Elemen Hieraki Merek.....	28
2.1.4.3.	Formula Kekuatan Merek <i>Interbrand</i>	28
2.1.5.	Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.1.5.1.	Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	31
2.1.5.2.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	33
2.1.5.3.	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
2.2.	Penelitian Terdahulu	35
2.3.	Kerangka Pemikiran	36
2.3.1.	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ..	36
2.3.2.	Hubungan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.3.3.	Hubungan Merek Terhadap Keputusan Pembelian .	38
2.4.	Hipotesis	39
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1.	Jenis Penelitian	40
3.2.	Tempat Dan Waktu Penelitian.....	40

3.3.	Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3.1.	Populasi.....	40
3.3.2.	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5.	Teknik Pengumpulan data	42
3.6.	Variabel Penelitian.....	43
3.7.	Definisi Operasional Variabel	43
3.8.	Pengukuran Variabel	44
3.9.	Teknik Analisis Data	45
3.9.1.	Uji Validitas	45
3.9.2.	Uji Reliabilitas	45
3.9.3.	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.9.4.	Regresi Berganda	48
3.9.5.	Uji t test.....	48
3.9.6.	Uji F	49
3.9.7.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1.	Gambaran Umum Bolesa.....	51
4.1.1.	Profil Bolesa	51
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan	53
4.2.	Hasil Deskriptif Penelitian.....	55
4.2.1.	Hasil Karakteristik Responden	55
4.2.2.	Hasil Deskriptif Variabel.....	58
4.3.	Hasil Analisis Data	74
4.3.1.	Uji Validitas.....	74
4.3.2.	Uji Reliabilitas	75
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik	76
4.3.4.	Regresi Berganda.....	79
4.3.5.	Uji t	81

4.3.6. Uji F.....	82
4.3.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.4. Pembahasan.....	84
BAB V PENUTUP	88
5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

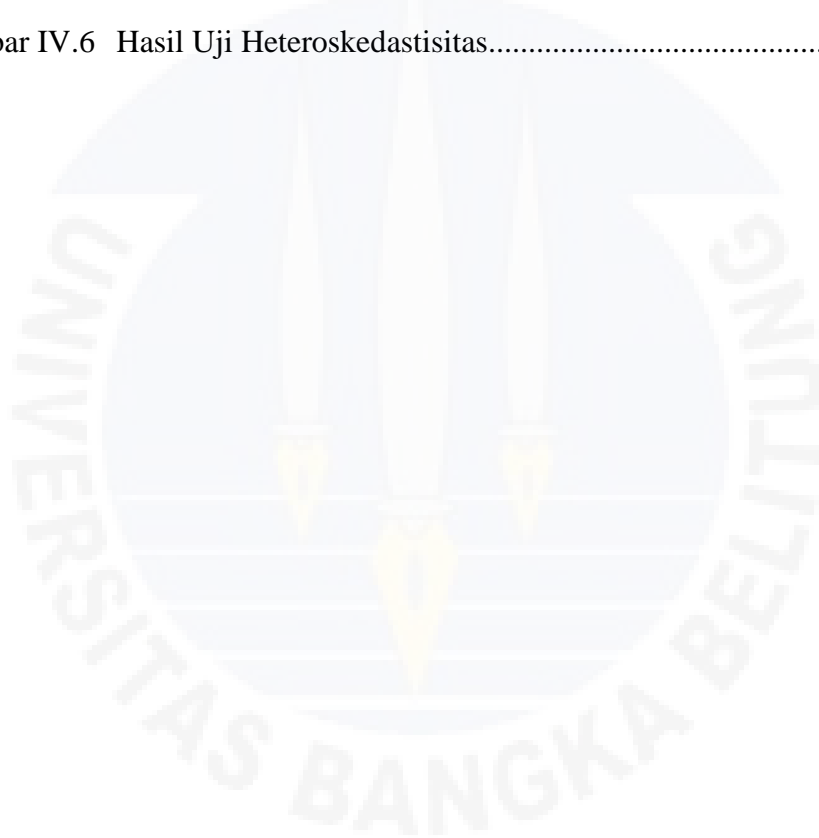
Tabel I.1	Hasil Target Produksi Minuman Kemasan Merek Bolesa	4
Tabel I.2	Harga Produk Minuman Kemasan.....	5
Tabel I.3	Hasil Survey Awal Pertanyaan Merek Bolesa.....	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel IV.4	Harga Terjangkau	59
Tabel IV.5	Harga Sesuai Kualitas.....	60
Tabel IV.6	Harga Sesuai Jenis	60
Tabel IV.7	Harga Lebih Murah	61
Tabel IV.8	Harga Diskon.....	62
Tabel IV.9	Mudah Didapatkan	62
Tabel IV.10	Saluran Distribusi	63
Tabel IV.11	Tempat Penjualan	64
Tabel IV.12	Strategi Lokasi.....	64
Tabel IV.13	Persediaan.....	65
Tabel IV.14	Kualitas Terjamin	66
Tabel IV.15	Terpercaya	66
Tabel IV.16	Pengemasan	67
Tabel IV.17	Keisitimewaan	68
Tabel IV.18	Gaya Hidup.....	68
Tabel IV.19	Reputasi	69
Tabel IV.20	Pemimpin Merek	70
Tabel IV.21	Pengamatan Produk.....	70
Tabel IV.22	Pengalaman.....	71
Tabel IV.23	Memperoleh Informasi	72
Tabel IV.24	Alternatif Terbaik	73

Tabel IV.25	Menyukai Produk	73
Tabel IV.26	Menyukai Merek	74
Tabel IV.27	Hasil Uji Validitas	75
Tabel IV.28	Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel IV.29	Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel IV.30	Hasil Analisis Regresi Berganda	80
Tabel IV.31	Hasil Analisis Uji t	82
Tabel IV.32	Hasil Analisis Uji F	83
Tabel IV.33	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	47
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia	57
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	58
Gambar IV.4	Histrogram.....	77
Gambar IV.5	Normal Plot	77
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Tabulasi Data
- Lampiran III Hasil Uji Validitas
- Lampiran IV Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran V Hasil Uji Asumsi Klasik , Uji Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F dan Koefesien Determinasi
- Lampiran VI Surat Izin Melakukan Penelitian

