

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP MINAT BELI PRODUK NABATI
DI PT. PINUS MERAH ABADI
PALEMBANG**



Skripsi oleh:

ARDAH APSYAH

Nim : 20110013

Program Studi Manajemen

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih
gelar sarjana ekonomi

**UNIVERSITAS PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI**

2024

**UNIVERSITAS PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ARDAH APSYAH
Nim : 20110013
Program studi : Manajemen
Mata kuliah pokok : Manajemen Pemasaran
Judul proposal skripsi : Pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap minat beli produk nabati di PT. Pinus merah abadi Palembang.

Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Skripsi

PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I :

Hj. Zubaidah, S.E, M.Si

Pembimbing II :

Sukaria Darmawan, S.E, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Palembang

Ka. Prodi Manajemen

Nenny Octarinie, S.E, M.M
NIDN : 0027108201

Rusma Rizal, S.E, M.Si
NIDN : 0224067404

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ARDAH APSYAH

NIM : 20110013

Program Studi : MANAJEMEN

Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**“ Pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap minat beli
produk nabati di PT. Pinus merah abadi Palembang”**

Pembimbing :

Pembimbing I : Hj. Zubaidah, S.E, M.Si

Pembimbing II : Sukaria Darmawan, S.E, M.Si

Tanggal ujian : 13 juli 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut prediksi kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang,
Pembuat pernyataan

ARDAH APSYAH

20110013

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK NABATI DI PT. PINUS MERAH ABADI PALEMBANG.”** Dimana penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar S-1 Manajemen di Universitas Palembang.

Selaku penulis, saya telah berusaha untuk memenuhi segala kriteria Dalam penulisan skripsi ini, namun penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, maka untuk itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca, kami harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ali Dahwir,SH.,MH, selaku Rektor Universitas Palembang
2. Ibu Nenny Octarinie, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Bapak Rusma Rizal, S.E, M.Si Ka. Prodi Manajemen
4. Ibu Hj. Zubaidah, S.E, M.Si selaku pembimbing I
5. Bapak Sukaria Darmawan, S.E, M.Si selaku pembimbing II

6. Orang tua dan kakak kandung saya yang sudah mensupport saya
7. Ayuk saya Dwi Sofia yang selalu support saya
8. Para Dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran
9. Pemimpin dan seluruh staff/karyawan PT. Pinus Merah Abadi Palembang
10. Seluruh staff pengajar serta karyawan Universitas Palembang
11. Teman-teman seangkatan
12. Alamamater

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Demikian, skripsi ini disusun dengan segala kelebihan dan kekurangan. Semoga memberikan manfaat untuk kita semua, khususnya untuk mahasiswa universitas Palembang.

Palembang, 13 Juli 2024

Penulis

ARDAH APSYAH

20110013

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP MINAT BELI PRODUK NABATI
DI PT. PINUS MERAH ABADI PALEMBANG**

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pinus Merah Abadi Palembang. Model penelitian yang digunakan yaitu dengan metode observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah dengan metode analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji hipotesis yaitu uji F dan uji t dan uji koefisien determinasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk nabati di PT. Pinus merah abadi. Dari hasil regresi berganda diperoleh persamaan sebagai berikut $Y = 3,358 + 0,656X_1 + 0,264X_2 + e$ yang memiliki arti bahwa variabel kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh positif terhadap minat beli produk nabati di PT. Pinus merah abadi. Hasil uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,806 atau 80,6% artinya variabel kualitas produk dan saluran distribusi mampu menjelaskan variasi minat beli sebesar 80,6%, sedangkan sisanya 19,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas produk, Saluran distribusi dan Minat beli

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” (Al-Baqarah: 286)

“ Allah tidak mengatakan hidup ini mudah, tetapi allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, ” (QS. Al-Insyirah : 5-6)

**“Man jadda wajada, Man Shabara Zhafira, Man Saara Ala darbi Washala”
(Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil, siapa yang sabar akan beruntung, siapa yang berjalan dijalan-nya akan sampai ditujuan).**

“Berlelah-lelahlah, maka manisnya hidup akan terasa setelah kau berlelah-lelah”-Imam Syafi’i

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1. Perumusan masalah	11
1.2. Tujuan penelitian	11
1.3. Manfaat penelitian	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan teori	13
2.1.1. Kualitas produk.....	13
2.1.1.1. Tingkatan produk	13
2.1.1.2. Indikator kualitas produk	14
2.1.1.3. Dimensi kualitas produk	15
2.1.2. Saluran distribusi	17
2.1.2.1. Jenis-jenis saluran distribusi	19
2.1.2.2. Indikator saluran distribusi.....	21
2.1.2.3. Dimensi saluran distribusi.....	23
2.1.3. Minat beli.....	26
2.2. Penelitian terdahulu	32
2.3. Kerangka pikir	36
2.4. Hipotesis	36
BAB III	38
METODELOGI PENELITIAN	38
3.1. Objek penelitian	38
3.2. Ruang lingkup penelitian.....	38
3.3. Desain penelitian	38
3.4. Jenis dan sumber data.....	38
3.4.1. Jenis Data.....	38
3.4.2. Sumber Daya.....	39

3.5. Populasi dan sampel	40
3.5.1. Populasi.....	40
3.5.2. Sampel	40
3.6. Definisi operasional dan pengukuran variabel	42
3.6.1. Variabel independen/variabel bebas (x)	42
3.6.2. Variabel Dependen/Variabel Terikat (Y)	43
3.7. Teknik analisis data	46
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.7.1.1. Uji Validitas	46
3.7.1.2. Uji Reliabilitas	46
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.2.1. Uji Normalitas	47
3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.7.2.3. Uji Multikolinieritas.....	48
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.7.4. Pengujian Hipotesis	49
3.7.4.1. Uji Parsial (Uji t).....	49
3.7.4.2. Uji f	50
3.7.4.3. Koefisien Determinasi (R_2).....	50
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	53
4.1.1.1. Visi	53
4.1.1.2. Misi	54
4.1.2. Struktur Organisasi dan Fungsi.....	54
4.2. Hasil Penelitian.....	58
4.2.1. Gambaran Umum Responden	58
4.2.1.1.....	58
Responden menurut Jenis Kelamin	58
4.2.1.2. Responden menurut Umur	59

4.2.1.3. Responden menurut Pekerjaan.....	60
4.2.1.4. Tanggapan Responden	61
4.2.2. Analisis Data.....	62
4.2.2.1. Uji Validitas	62
4.2.2.2. Uji Reliabilitas	64
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	64
4.2.3.1. Uji Normalisasi	64
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.2.3.3. Uji Multikolinieritas.....	67
4.2.4. Uji Regresi Berganda.....	68
4.2.5. Uji Hipotesis	69
4.2.5.1. Pengujian Hipotesis Uji F (secara simultan).....	69
4.2.5.2. Pengujian Hipotesis uji t (secara parsial)	70
4.2.5.3. Uji koefisien Determinasi (R_2).....	71
4.3. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Volume Penjualan Wafer Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang 2021.....	6
Tabel 1.2 Data Volume Penjualan Wafer Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang 2022.....	7
Tabel 1.3 Data Volume Penjualan Wafer Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang 2023.....	8
Tabel 1.4 Data Volume Penjualan Wafer Nabati 3 tahun terakhir di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.....	9
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 Jumlah Responden menurut jenis kelamin.....	59
Tabel 4.2 Jumlah Responden menurut Umur.....	59
Tabel 4.3 Jumlah Responden menurut Pekerjaan.....	60
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi.....	61
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	63
Tabel 4.6 Hasil uji reliabilitas.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Berganda.....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.10 Hipotesis uji t.....	70
Tebel 4.11 Hasil uji koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Pinus Merah Abadi Palembang.....	54
Gambar 4.2 Grafik normal PP-Plot.....	65
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi ini kemajuan teknologi telah menyebabkan pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang maju dan terus berkembang pesat khususnya di kota-kota besar, membuat perkembangan bisnis semakin ketat baik pasar domestik maupun pasar global. Walaupun konsumen tetap ada namun daya beli masih terbatas, akibatnya konsumen menjadi semakin teliti dalam melakukan pembelian dan menentukan suatu produk yang sesuai dengan keinginannya. Dengan keadaan tersebut mendorong perusahaan untuk lebih bisa menarik konsumen dengan cara menawarkan produk yang mereka keluarkan dengan lebih berkualitas dan memiliki kemasan produk yang menarik.

Salah satu perkembangan dunia bisnis yang mengalami peningkatan yaitu dibidang industri makanan minuman. Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa industri makanan dan minuman (mamin) nasional memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, Kementerian Perindustrian terus mendorong pengembangan industri mamin nasional. Kemenperin mencatat pada kuartal I/2020, sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 36,4 persen terhadap PDB manufaktur. Pada periode yang sama, pertumbuhan sektor industri ini mencapai 3,9 persen. Berikutnya, pada semester I/2020, industri ini memberikan sumbangsih paling

besar terhadap capaian nilai ekspor pada sektor manufaktur, dengan angka menembus US\$13,73 miliar.

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin ketat baik perusahaan barang maupun jasa. Agar perusahaan tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usahanya, maka perusahaan harus memperhatikan keinginan konsumen agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga perusahaan harus jeli dan melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik minat konsumen. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui minat beli adalah kualitas produk dan saluran distribusi.

Kualitas produk menjadi hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Konsumen selalu ingin mendapat produk yang berkualitas sesuai harga yang dibayar walaupun terdapat sebagian besar masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang

semakin baik akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2019), kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang di terima. Kualitas adalah Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Amstrong, 2020).

Sedangkan menurut Tjiptono (2018), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu minat beli.

faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Banyak perusahaan yang meremehkan faktor kualitas produk, sehingga mengakibatkan perusahaan tersebut gulung tikar sebelum mampu menguasai pasar. Produk Nabati dari PT. Pinus Merah Abadi Palembang idealnya harus mampu memperhatikan faktor tersebut agar mampu

bersaing dan bertahan melawan persaingan yang dari waktu ke waktu semakin ketat.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga perusahaan harus jeli dan melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik minat konsumen. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui minat beli adalah kualitas produk dan saluran distribusi. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Konsumen selalu ingin mendapat produk yang berkualitas sesuai harga yang dibayar walaupun terdapat sebagian besar masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang semakin baik akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

PT. Pinus merah abadi Palembang adalah sebuah perusahaan distribusi yang merupakan anak usaha dari PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia, perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi oleh karena itu perusahaan ini tidak memproduksi barang. PT. Pinus merah abadi Palembang yang paling terkenal adalah produk dari PT. KSNI yaitu kategori makanan ringan

seperti produk wafer Nabati, produk tersebut sudah berhasil menjadi produk andalan PT. Pinus Merah Abadi Karena ke eksistensi Brand dan produk tersebut yang telah melekat di Masyarakat Indonesia.

PT. Pinus merah Abadi cabang Palembang menjalin kerjasama dengan seluruh Market Ritel Modern di Palembang dan Market Traditional Yang bersifat general trade Untuk memasarkan produknya supaya sampai ke tangan konsumen, Market Ritel modern yang bekerja sama dengan PT. Pinus merah abadi Palembang, hampir 500 toko antara lain untuk kategori MTI beberapa diantaranya yaitu : JM Group, Kharisma Group, Riemart Group, PD.Manis Group, Mutiara indah Group, untuk Kategori Ritel modern yang berbasis nasional di Palembang yang bekerja sama dengan PT. Pinus Merah Abadi Palembang Untuk Memasarkan Produknya antara lain PT. Indomarco Prismatama (indomaret dan indogrosir), PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart), Lion Superindo, Serta Grosir Lotte.dan masih banyak lagi.

Sehingga kita seringkali ketika berkunjung ke supermarket secara tidak sadar dalam kehidupan sehari - hari menemukan produk dari PT. Pinus Merah Abadi Palembang yang secara tidak langsung kita konsumsi di karenakan PT. Pinus Merah Abadi Palembang berhasil mendistribusikan produk wafer nabatinya ke berbagai pasar baik Pasar Modern Maupun Pasar Tradisional dengan pencapaian omset lebih dari 1,3 M per bulan. Berikut ini adalah data penjualan produk wafer nabati di PT. Pinus Merah Abadi dalam beberapa tahun terakhir :

Tabel 1.1
Data Volume Penjualan Wafer Nabati
di PT. Pinus Merah Abadi Palembang 2021

BULAN	TARGET	PENCAPAIAN	PERSENTASE
Januari	2.401.982.129	2.411.600.231	100%
Februari	2.498.061.414	2.505.020.724	100%
Maret	2.697.906.327	3.336.189.215	123%
April	1.888.534.428	1.254.874.463	66%
Mei	1.737.451.674	1.078.093.270	62%
Juni	1.633.204.573	1.347.347.178	82%
Juli	1.502.548.207	1.403.824.499	93%
Agustus	1.472.497.243	1.543.877.891	104%
September	1.398.872.381	1.451.484.119	103%
Oktober	1.328.928.762	2.066.676.541	155%
November	1.528.268.076	1.543.877.891	101%
Desember	1.910.335.095	2.081.420.079	108%

Tabel 1.2
Data Volume Penjualan Wafer Nabati
di PT. Pinus Merah Abadi Palembang 2022

BULAN	TARGET	PENCAPAIAN	PERSENTASE
Januari	2.522.081.235	3.309.469.229	131%
Februari	2.573.003.256	2.542.569.526	98%
Maret	2.509.052.884	2.246.906.863	89%
April	1.957.061.249	2.399.067.273	122%
Mei	1.839.637.574	2.497.629.620	135%
Juni	1.692.466.568	2.134.403.744	126%
Juli	1.557.069.242	1.704.591.241	109%
Agustus	1.494.786.472	1.541.839.791	103%
September	1.449.942.878	1.425.166.176	98%
Oktober	1.377.445.734	756.418.379	54%
November	1.625.385.967	1.648.477.222	101%
Desember	2.015.478.599	3.457.292.365	171%

Tabel 1.3

**Data Volume Penjualan Wafer Nabati
di PT. Pinus Merah Abadi Palembang 2023**

BULAN	TARGET	PENCAPAIAN	PERSENTASE
Januari	2.774.289.359	4.850.257.396	174%
Februari	2.830.303.582	2.855.412.025	100%
Maret	2.971.818.761	2.964.723.298	99%
April	2.080.273.132	1.429.396.896	68%
Mei	1.913.851.281	1.183.573.082	61%
Juni	1.760.743.178	1.016.986.641	57%
Juli	1.637.491.156	661.215.281	40%
Agustus	1.571.991.509	1.356.138.442	86%
September	1.509.111.849	1.560.899.602	103%
Oktober	1.433.656.256	1.949.912.455	136%
November	1.863.753.133	2.252.135.274	120%
Desember	2.236.503.760	2.167.756.729	96%

Dari hasil tabel diatas dapat kita simpulkan kenaikan omset serta pencapaian yang di hasilkan dari penjualan produk wafer Nabati selama 3 tahun ini:

Tabel 1.4

**Data Volume Penjualan Wafer Nabati 3 tahun terakhir
di PT. Pinus Merah Abadi Palembang**

No	Tahun	Target (rata-rata)	Pencapaian (rata-rata)	Persentase (%)
1	2021	21.998.590.309	22.024.286.101	100%
2	2022	22.613.411.658	25.663.831.429	113%
3	2023	24.583.786.956	23.587.191.840	95%

Sumber: PT. Pinus Merah Abadi Palembang

Dari data tersebut bisa dilihat data penjualan selama 3 tahun terakhir ini, pada tahun 2022 produk wafer Nabati menguasai angka penjualan sekitar 113%. Setiap perusahaan harus dapat meningkatkan inovasi baru terhadap produknya agar dapat memenuhi harapan bagi calon konsumen, salah satunya persaingan antara produk wafer nabati dengan produk wafer tango, Produk wafer nabati adalah produk wafer yang dibuat dari bahan-bahan nabati atau alami. Wafer nabati umumnya dikategorikan sebagai camilan yang lebih sehat karena menggunakan bahan-bahan alami dan seringkali memiliki beberapa keunggulan nutrisi. Berikut beberapa ciri umum produk wafer nabati:

1. **Bahan Nabati:** Wafer nabati dibuat dengan menggunakan bahan-bahan yang bersumber dari tanaman atau tumbuhan, seperti tepung terigu nabati,

gula kelapa, minyak nabati, dan bahan-bahan lainnya yang tidak berasal dari produk hewani.

2. **Beberapa Varian Nabati:** Produk wafer nabati dapat hadir dalam berbagai varian, termasuk wafer yang bebas dari produk susu, telur, dan bahan-bahan hewani lainnya, membuatnya cocok untuk konsumen yang menjalani diet nabati atau vegetarian.
3. **Tanpa Bahan Tambahan Kimia Berlebihan:** Wafer nabati cenderung menghindari penggunaan bahan tambahan kimia berlebihan. Sebagai gantinya, mereka mungkin menggunakan pemanis alami, pewarna nabati, dan bahan-bahan alami lainnya untuk meningkatkan cita rasa dan penampilan.
4. **Pilihan Sehat:** Wafer nabati sering dianggap sebagai pilihan camilan yang lebih sehat karena kurangnya bahan-bahan tambahan buatan dan fokus pada bahan-bahan nabati. Mereka mungkin mengandung serat lebih tinggi, nutrisi alami, dan lebih sedikit lemak jenuh dibandingkan dengan wafer konvensional.
5. **Diet Khusus:** Produk ini sering diincar oleh orang-orang yang memiliki preferensi diet tertentu, seperti vegan, vegetarian, atau mereka yang memiliki intoleransi terhadap beberapa jenis bahan pangan.

Penting untuk selalu membaca label produk untuk memastikan bahwa wafer tersebut memenuhi preferensi diet atau kebutuhan kesehatan tertentu Anda. Beberapa merek dan produsen mungkin memiliki formulasi yang berbeda, dan

informasi label dapat memberikan gambaran lebih lanjut tentang komposisi dan nilai nutrisi dari produk wafer nabati yang spesifik.

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang** ” .

1.1. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk Nabati mempunyai pengaruh terhadap minat beli produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.
2. Apakah saluran distribusi mempunyai pengaruh terhadap minat beli produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.
3. Apakah kualitas produk dan saluran distribusi mempunyai pengaruh terhadap minat beli produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.

1.2. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap minat beli produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap minat beli produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.

1.3. Manfaat penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pengembangan ilmu dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.

2. PT. Pinus Merah Abadi Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi PT. Pinus Merah Abadi Palembang dalam menyusun strategi dalam penjualan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk mereka, serta bisa sebagai pertimbangan masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk menjadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang, serta diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan saluran distribusi terhadap minat beli produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang. Dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari kedua variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diketahui t_{hitung} untuk X_1 (5,494) $>$ t_{tabel} (1,662) dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,005$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y).
2. Diketahui t_{hitung} untuk X_2 (2,002) $>$ t_{tabel} (1,662) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ maka H_a dan H_o ditolak, artinya variabel saluran distribusi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y).
3. Hasil dari F_{hitung} 180,356 dengan signifikansi sebesar 0,000 karena probabilitas signifikansinya kurang dari 0,05 artinya adalah bahwa variabel independen bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap minat beli (Y)
4. Hasil perhitungan regresi bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,806 atau 80,6% artinya variabel kualitas

produk dan saluran distribusi mampu menjelaskan variasi minat beli sebesar 80,6%, sedangkan sisanya 19,4% dijelaskan oleh variabel lain.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan pada PT. Pinus merah abadi berkaitan dengan upaya menarik minat beli konsumen dengan tetap memperhatikan kualitas produk yang disesuaikan dengan harga yang ditawarkan
2. Selain memaksimalkan kualitas produk nabati, PT. Pinus merah abadi juga harus memaksimalkan sistem saluran distribusi mereka dalam rangka menarik minat beli konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang telah lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

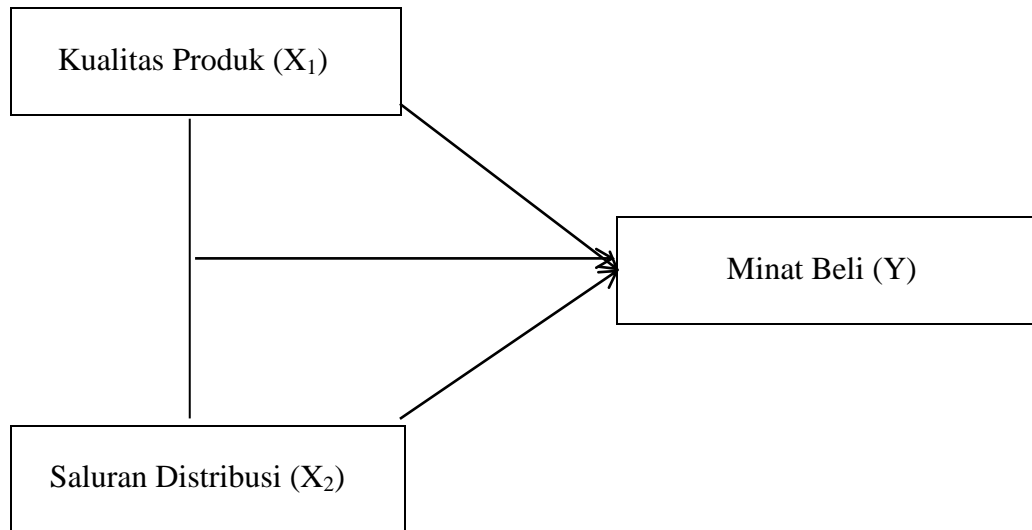
DAFTAR PUSTAKA

- Ririn Respiani, *Pengaruh produk, promosi dan saluran distribusi terhadap minat beli konsumen pada pt robusta bhinneka cipta selaras* (jurnal 2020)
- Malau, Harman, Ph.D. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Bandung:Alfabeta.
- Kotler, Philip.2000. *Marketing Manajemen.Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : PT. Prehalindo.
- Setiawan, A., Rois, A., & Asiyah, S. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, SaluranDistribusi, Brand Image, Brand Trust, Dan Promosi Terhadap Keputusan PembelianKerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung*. E-Jurnal Riset ManajemenProdi Manajemen
- Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. (2018). *Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian*.
KINERJA.<https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadapKeputusan Pembelian*. Jurnal Disrupsi Bisnis.
<https://doi.org/10.32493/drj.v4i2.9867>
- Husein Umar (2015). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta*.
- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*.Bandung: Pustaka Setia.Assauri, S. (2017). *Akuntansi Persediaan*.
- Gerry Putra Untomo (2016) *Pengaruh Positif Personal Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Akbar, Muhammad Fadhli Dzil. 2016. *'Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro)*, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 5, no.1.
- Chandrarin, Grahita. 2017. *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : Salemba 4.
- Kurniawan, Aditya. (2016). *"Pengaruh kualitas Produk Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha"*. Skripsi.

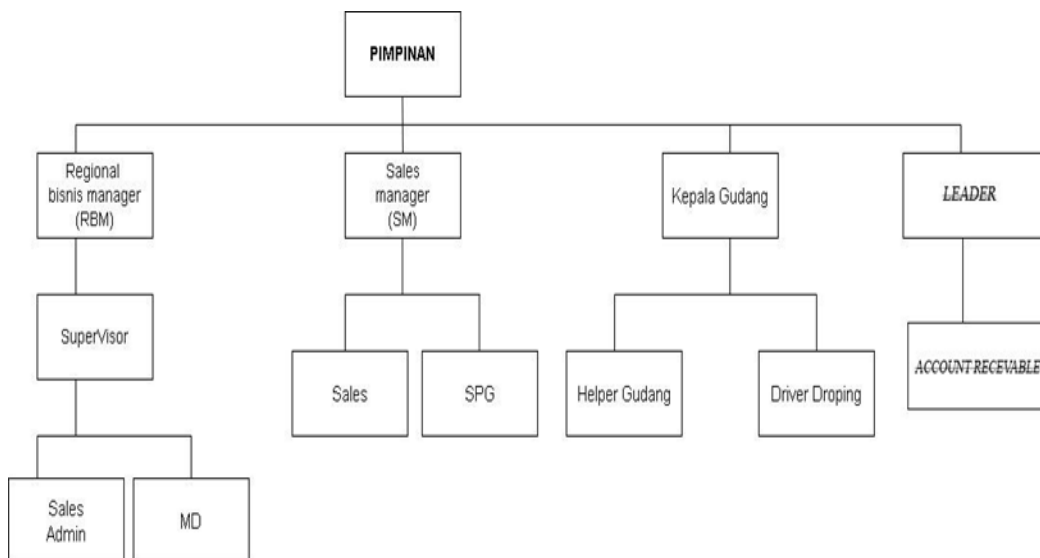
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Alvita, MurtyaNingtyas (2019) “*Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*” Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Royantah, (2021). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli sepeda motor Honda Beat pada konsumen daya Motor di Kota Prabumulih.*
- Swasta, Basu dan Irawan, (2011). *Manajemen pemasaran modern. Liberty Yogyakarta*
- Sandy, A. 2011. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di Toko Maju Terus.* (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Ilmu Makmur: Jakarta). Diakses dari <http://lib.ui.ac.id/daftikol2?id=102>.
- Muhammad Ridwan (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembeli*
- Endhar Et. Al *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. Jurnal* (Nico Rifanto Halim, Donant Alananto Iskandar 2019)
- Darsono, *Pengaruh distribusi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di pt mulia makmur lestari jurnal* (2020)
- Fandi Tjiptono, *Buku Ajar Pengantar Periklanan. Jurnal* (Finnah Fourqoniah Muhammad Fikry Aransyah 2020)
- Jacklin, C. G., & Sepang, J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail PT. Wahana Wirawan. Manado.* Universitas Sam Ratulangi Manado
- Fandy Tjiptono (2019). *Strategi pemasaran Edisi IV* Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip (2018) *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Indeks
- Humairoh (2018), *Pengaruh harga, desain dan kualitas produk terhadap minat beli Konsumen sepatu all star original (studi kasus sport station cambridge Medan)*, skripsi, Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Meryani (2019), *Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen kosmetik wardah pada gerai kosmetik carrefour Palembang Square di Kota Palembang* Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Palembang

- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Pendidikan dan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* Alfabeta Bandung
- Umar, H (2014). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2019). *Marketing Management*. New Jersey: Person education Limited.
- Lupiyoadi R, (2014), *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)* PT. Salemba Empat Jakarta.
- Imam Ghozali, (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* Universitas Diponegoro, Jakarta.
- Sulastri.(2008).*Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Cikarang Utara*.Skripsi. Universitas Pelita Bangsa Bekasi.
- Asmara, Afriyani. (2022). *Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Kalangan Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau*.Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

LAMPIRAN



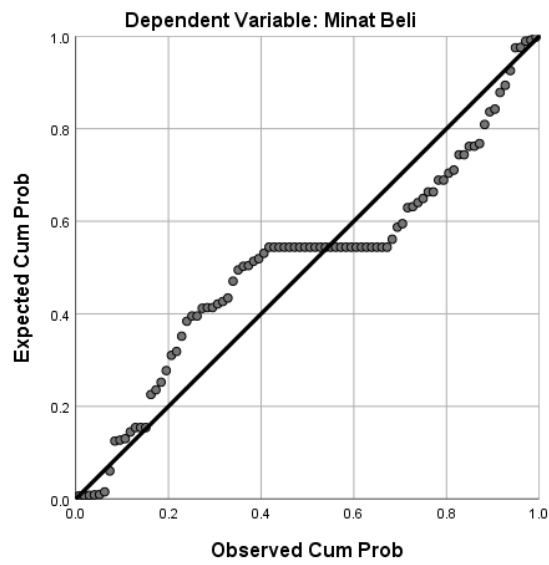
Gambar 2.1 Kerangka pikir



Gambar 4.1

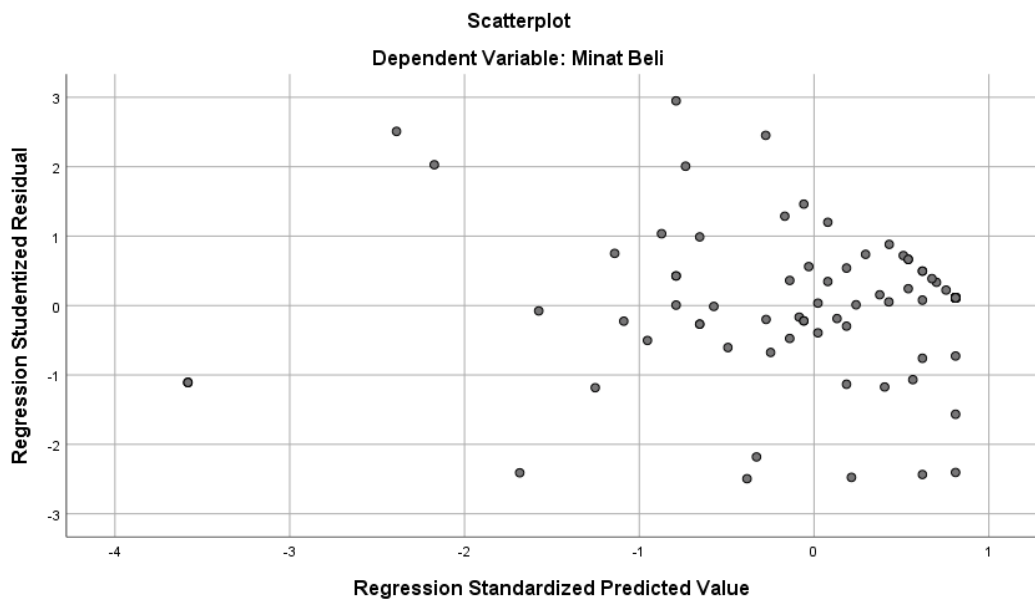
Struktur Organisasi PT. Pinus Merah Abadi Palembang

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2

Grafik normal PP-Plot



Gambar 4.3

Grafik Scatterplot

LAMPIRAN

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi

No	STS	%	TS	%	S	%	SS	%	Total
X1.1	5	5,60%	7	7,80%	21	23,30%	57	63,30%	90
X1.2	4	4,40%	10	11,10%	22	24,40%	54	60,00%	90
X1.3	4	4,40%	6	6,70%	29	32,20%	51	56,70%	90
X1.4	5	5,60%	5	5,60%	23	25,60%	57	63,30%	90
X1.5	4	4,40%	3	3,30%	20	22,20%	63	70,00%	90
X1.6	3	3,30%	4	4,40%	32	35,60%	51	56,70%	90
X1.7	5	5,60%	3	3,30%	25	27,80%	57	63,30%	90
X1.8	4	4,40%	6	6,70%	25	27,80%	55	61,10%	90
X2.1	6	6,70%	5	5,60%	34	37,80%	45	50,00%	90
X2.2	5	5,60%	6	6,70%	25	27,80%	54	60,00%	90
X2.3	4	4,40%	3	3,30%	27	30,00%	56	62,20%	90
X2.4	4	4,40%		5,60%	30	33,30%	51	56,70%	90
X2.5	6	6,70%	4	54,40%	26	28,90%	54	60,00%	90
X2.6	5	5,60%	3	3,30%	28	31,10%	54	60,00%	90
X2.7	5	5,60%	10	11,10%	29	32,20%	46	51,10%	90
Y1	6	6,70%	0	0,00%	20	22,20%	64	71,10%	90
Y2	4	4,40%	6	6,70%	25	27,80%	55	61,10%	90
Y3	3	3,30%	2	2,20%	23	25,60%	62	68,90%	90
Y4	6	6,70%	8	8,90%	33	36,70%	43	47,80%	90
Y5	4	4,40%	8	8,90%	27	30,00%	51	56,70%	90
Y6	5	5,60%	4	4,40%	16	17,80%	65	72,20%	90
Y7	3	3,30%	10	11,10%	19	21,10%	58	64,40%	90
Y8	3	3,30%	5	5,60%	26	28,90%	56	62,20%	90

Tabel 4.5

Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	keterangan
x1.1	0,802	0,1726	valid
x1.2	0,884	0,1726	valid
x1.3	0,862	0,1726	valid
x1.4	0,887	0,1726	valid
x1.5	0,870	0,1726	valid
x1.6	0,832	0,1726	valid

x1.7	0,867	0,1726	valid
x1.8	0,783	0,1726	valid
x2.1	0,796	0,1726	valid
x2.2	0,884	0,1726	valid
x2.3	0,870	0,1726	valid
x2.4	0,931	0,1726	valid
x2.5	0,923	0,1726	valid
x2.6	0,852	0,1726	valid
x2.7	0,746	0,1726	valid
y1	0,825	0,1726	valid
y2	0,796	0,1726	valid
y3	0,893	0,1726	valid
y4	0,745	0,1726	valid
y5	0,876	0,1726	valid
y6	0,850	0,1726	valid
y7	0,859	0,1726	valid
y8	0,894	0,1726	valid

Tabel 4.6

Hasil uji reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Minimum	Keterangan
1	X ₁	0,944	0,600	Reliabel
2	X ₂	0,939	0,600	Reliabel
3	Y	0,940	0,600	Reliabel

Tabel 4.7**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,358	1,313		2,558	0,012		
	kualitas produk	0,656	0,119	0,668	5,494	0,000	0,151	6,624
	saluran distribusi	0,264	0,132	0,243	2,002	0,048	0,151	6,624

Tabel 4.8**Hasil Uji Regresi Berganda**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,358	1,313		2,558	0,012
	kualitas produk	0,656	0,119	0,668	5,494	0,000
	saluran distribusi	0,264	0,132	0,243	2,002	0,048

Tabel 4.9**Hasil Uji F**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2089,760	2	1044,880	180,356	.000 ^b
	Residual	504,029	87	5,793		
	Total	2593,789	89			

Tabel 4.10**Hipotesis uji t**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,358	1,313		2,558	0,012
	kualitas produk	0,656	0,119	0,668	5,494	0,000
	saluran distribusi	0,264	0,132	0,243	2,002	0,048

Tabel 4.11

Hasil uji koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	0,806	0,801	2,407

Kepada Yth : Responden

Di tempat

Dengan Hormat

Saya Ardah Apsyah, Mahasiswi program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Palembang. Dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan saluran Distribusi terhadap minat beli produk Nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.”

Dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap minat beli produk Nabati tersebut, maka dibutuhkan pendapat/masukan dari responden dalam hal ini, outlet/retailer yang merupakan pelanggan dari PT. Pinus merah abadi dan untuk melengkapi penelitian ini. Bersama ini saya mohon kesedian Bapak/Ibu/Sdr untuk meluangkan waktu untuk mengisi data kuesioner terlampir yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu/Sdr berikan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan sebagai kegiatan ilmiah semata.

Akhir kata, terimakasih sebesar-besarnya kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Ardah Apsyah

NIM : 20110013

I. Identitas Responden

Nama:

- Umur :
- a) 17 – 27
 - b) 28 – 37
 - c) 38 – 48
 - d) < 50

- Jenis Kelamin :
- a) Laki-laki
 - b) Perempuan

Alamat :

- Pekerjaan :
- a) Wiraswasta
 - b) Pegawai Swasta
 - c) Pelajar
 - d) Ibu Rumah Tangga

II. Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat untuk menjawab semua pertanyaan sesuai dengan Bapak/Ibu/Sdr, dengan cara memberikan tanda centang (√) pada kotak yang telah tersedia di bawah ini.
2. Berikut ini disajikan pertanyaan dengan 4 kategori pilihan :

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Bacalah setiap pertanyaan yang dimaksud dengan seksama, kemudian tentukan pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi dan keadaan yang sebenarnya.

Contoh : Produk wafer nabati selalu menjual produk yang berkualitas sehingga banyak pelanggan yang mau membeli wafer nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.

STS	TS	S	SS
		√	

A. Kualitas produk (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Produk wafer nabati selalu menjual produk yang berkualitas sehingga banyak pelanggan yang mau membeli wafer nabati di PT. Pinus Merah Abadi Palembang.				
2.	Harga mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (<i>benefit</i>) bagi pelanggan.				
3.	Produk wafer nabati pasti telah memperhitungkan setiap frekuensi barang yang akan dijual.				
4.	Produk wafer nabati menerapkan setiap produknya yang berkualitas akan didistribusikan kepada pelanggan.				
5.	Setiap konsumen pasti memiliki penilaian tersendiri didalam melakukan pembelian suatu produk.				
6.	Pembelian konsumen berdasarkan perbandingan berbagai pilihan jenis produk yang akan dibeli.				
7.	Wafer nabati memiliki rasa khas yang unik				
8.	Konsumen lebih memperhatikan jenis produk yang masih baru di jual di pasaran.				

B. Saluran Distribusi (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Produk yang kami pesan selalu datang tepat waktu.				
2.	Jika ada produk yang cacat/kadaluarsa pada pemesanan selalu langsung diganti dengan produk yang baru.				
3.	PT. pinus merah abadi Palembang selalu dapat menyediakan semua varian & jumlah produk wafer nabati yang sesuai kami pesan.				
4.	Salesman PT. pinus merah abadi Palembang melayani kami secara terampil .				
5.	Kerja sama antara outlet/retailer kami dengan PT. pinus merah abadi Palembang terjalin dengan baik.				
6.	PT. pinus merah abadi Palembang terbuka dengan kritik ataupun saran tentang pendistribusian produk wafer nabati				
7.	PT. pinus merah abadi Palembang memperbolehkan kami melakukan negoisasi harga.				

C. Minat Beli (Y1)

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Setiap konsumen harus dapat menentukan keyakinannya didalam membeli suatu produk.				
2.	Setiap konsumen membeli pasti untuk memenuhi kebutuhannya.				
3.	Di dalam merencanakan pembelian, konsumen harus dapat memperkirakan kebutuhannya yang paling penting.				
4.	Konsumen didalam membeli suatu produk pasti didasarkan oleh informasi dari orang lain.				
5.	Minat beli yang dilakukan oleh konsumen menjadi tolak ukur utama didalam merencanakan pembelian.				
6.	Konsumen yang cermat harus dapat membandingkan antara keinginan dan kebutuhan.				
7.	Didalam melakukan penawaran, konsumen dipastikan akan membeli produk tersebut guna meningkatkan penjualan.				
8.	Setiap konsumen harus memiliki minat tersendiri untuk mau mencoba sebelum membeli produk tersebut.				

LAMPIRAN SPSS

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₁)

Correlations											
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	kualitas produk	
X1.1	Pearson Correlation	1	.713**	.623**	.721**	.629**	.597**	.650**	.479**	.802**	0.802
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0.884
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	0.862
X1.2	Pearson Correlation	.713**	1	.734**	.769**	.706**	.703**	.749**	.608**	.884**	0.887
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0.870
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	0.832
X1.3	Pearson Correlation	.623**	.734**	1	.762**	.723**	.684**	.686**	.640**	.862**	0.867
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0.783
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.4	Pearson Correlation	.721**	.769**	.762**	1	.733**	.617**	.769**	.628**	.887**	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.5	Pearson Correlation	.629**	.706**	.723**	.733**	1	.785**	.736**	.623**	.870**	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.6	Pearson Correlation	.597**	.703**	.684**	.617**	.785**	1	.620**	.684**	.832**	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.7	Pearson Correlation	.650**	.749**	.686**	.769**	.736**	.620**	1	.667**	.867**	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.8	Pearson Correlation	.479**	.608**	.640**	.628**	.623**	.684**	.667**	1	.783**	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
kualitas produk	Pearson Correlation	.802**	.884**	.862**	.887**	.870**	.832**	.867**	.783**	1	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	

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

Uji Validitas Variabel Saluran distribusi (X₂)

Correlations									
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	saluran distribusi
x2.1	Pearson Correlation	1	.699**	.683**	.698**	.704**	.506**	.477**	.796**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
x2.2	Pearson Correlation	.699**	1	.673**	.818**	.831**	.748**	.529**	.884**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
x2.3	Pearson Correlation	.683**	.673**	1	.886**	.748**	.696**	.567**	.870**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
x2.4	Pearson Correlation	.698**	.818**	.886**	1	.872**	.730**	.598**	.931**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
x2.5	Pearson Correlation	.704**	.831**	.748**	.872**	1	.769**	.610**	.923**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
x2.6	Pearson Correlation	.506**	.748**	.696**	.730**	.769**	1	.667**	.852**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90

x2.7	Pearson Correlation	.477**	.529**	.567**	.598**	.610**	.667**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
saluran distribusi	Pearson Correlation	.796**	.884**	.870**	.931**	.923**	.852**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

Uji Validitas Variabel Minat beli (Y)

Correlations										
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	Minat Beli
y1	Pearson Correlation	1	.711**	.752**	.438**	.667**	.772**	.587**	.647**	.825**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
y2	Pearson Correlation	.711**	1	.702**	.449**	.552**	.655**	.655**	.654**	.796**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
y3	Pearson Correlation	.752**	.702**	1	.568**	.735**	.828**	.678**	.789**	.893**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
y4	Pearson Correlation	.438**	.449**	.568**	1	.753**	.449**	.639**	.669**	.745**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
y5	Pearson Correlation	.667**	.552**	.735**	.753**	1	.711**	.734**	.727**	.876**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
y6	Pearson Correlation	.772**	.655**	.828**	.449**	.711**	1	.634**	.699**	.850**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

y7	Pearson Correlation	.587**	.655**	.678**	.639**	.734**	.634**	1	.851**	.859**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
y8	Pearson Correlation	.647**	.654**	.789**	.669**	.727**	.699**	.851**	1	.894**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Minat Beli	Pearson Correlation	.825**	.796**	.893**	.745**	.876**	.850**	.859**	.894**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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