

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana magister), baik Universitas Siliwangi maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya ilmiah ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di perguruan tinggi

Tasikmalaya, Desember 2017

Yang membuat pernyataan,

Toni Hadi Putra

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND DISTRIBUTION ON PURCHASING DECISIONS OF PROCESSED FROZEN FOOD PRODUCTS (Survey On Consumer CV. Riel Us In Tasikmalaya)

By:

Toni Hadi Putra
NIM: 138334025

Guidence I: H. Kartawan
Guidence II: Yusuf Abdullah

This research aims to determine and analyze product quality, price, distribution and purchase decisions and the influence of product quality, price and distribution on purchasing decisions of processed frozen food products either simultaneously or partially on the CV. Riel Us in Tasikmalaya.

The research method used by the writer was the method of explanatory survey, with data collection technique is done by used questionnaire. Samples in consumer research have done frozen food product purchasing (frozen food) at Riel company as many as 100 people. In this research, the analysis used is path analysis.

The results showed that the influence of product quality, price and distribution to the decision of purchasing frozen processed food products at CV. Riel Us in Tasikmalaya simultaneously or partially, so hypotesis was verified.

Keywords: product quality, price, distribution, purchase decision

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN BEKU (Survey Pada Konsumen CV. Riel Us Di Tasikmalaya)

Oleh :

Toni Hadi Putra
NIM : 138334025

Pembimbing I : H. Kartawan
Pembimbing II : Yusuf Abdullah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, harga, distribusi dan keputusan pembelian dan pengaruh kualitas produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan beku baik secara simultan maupun parsial pada CV. Riel Us di Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode *Eksplanatory Survey*, dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian konsumen telah melakukan pembelian produk makanan olahan beku (*frozen food*) pada perusahaan Riel ussebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan beku pada CV. Riel Us di Tasikmalaya secara simultan maupun parsial, sehingga hipotesis teruji kebenarannya

.

Kata kunci : kualitas produk, harga, distribusi, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Beku (Survei pada Konsumen CV. Riel Us di Tasikmalaya)

Sholawat serta salam yang tetap tercurahkan limpahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad SAW, yang dengan jiwa sucinya penuh pengorbanan dan keikhlasan telah membimbing dan menuntun umatnya ke jalan penuh dengan cahaya ilmu yang di Ridhoi oleh Allah SWT.

Penyusunan tesis ini untuk memenuhi salah satu dalam rangka memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Juga sebagai salah satu upaya untuk membuka wawasan dengan cara memahami dan bersungguh-sungguh atas teori yang penulis peroleh selama di bangku kuliah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh penulis. Pada kesempatan ini pula perkenankanlah penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan, bimbingan dan do’a serta kasih sayang yang tak surut mengiringi keberhasilan penulis hingga selesai.

Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Orang tua saya Bapak H. M. Azir, Ds dan Ibu Salma (alm) yang tiada hentinya memberikan semangat, do'a dan materi sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Istri Saya Risda Rahayu S.Pd. yang selalu memberikan support lahir batin dalam mengerjakan tesis ini, serta putri kecilku Kinanti Zhafiratul Ifada dengan tingkah lucu dan senyuman ceria menjadikan motivasi khusus sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
3. Bapak dan Ibu Mertua Saya Bapak Idang Sudaryat B.Sc dan Ibu Ida Nursida S.Pd. yang selalu memberikan do'a untuk saya.
4. Bapak Dr. H. Budy Rahmat, Ir. M.S, selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
5. Bapak Dr. H. Dedi Rudiana, S.E, M.P selaku ketua program pasca sarjana Magister Manajemen Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
6. Bapak Prof. Dr. H. Kartawan, S.E, M.P, selaku pembimbing I dan Bapak. Dr. Yusuf Abdullah, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penyelesaian tesis ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Pascasarjana yang dengan sabar memberikan petunjuk, bimbingan serta bekal ilmu selama penulis mengikuti perkuliahan.

8. Seluruh karyawan akademis dan non akademis Universitas Siliwangi Tasikmalaya yang secara langsung dan tidak langsung banyak membantu penulis selama mengikuti perkuliahan.
9. Sahabat, Bapak Enan Suherlan, S.Ag, M.M, yang selalu mendukung dan mengingatkan serta menjadi teman diskusi yang menyenangkan.
10. Teman-teman satu kelas Magister Manajemen 2013, terima kasih atas bantuan kalian.
11. Pimpinan dan seluruh staf, karyawan CV. Riel Us, yang sangat membantu dan memudahkan dalam proses penelitian, terima kasih atas bantuannya,
12. Dan buat semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. *Amiin Ya Robbal A'lamin.*

Akhirnya mudah-mudahan semua ini bermanfaat bagi para pembaca, khususnya rekan-rekan sesama mahasiswa.

Tasikmalaya, Desember 2017

Toni Hadi Putra, S.T

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	
PERNYATAAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Waktu dan Tempat	10
1.5.1 Tempat Penelitian	10
1.5.2 Waktu Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11

2.1.2 Kualitas Produk.	12
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	12
2.1.2.2 Kualitas Produk.....	17
2.1.3 Harga	22
2.1.3.1 Pengertian Harga	22
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga	24
2.1.3.3 Menetapkan Harga	26
2.1.3.4 Metode Penetapan Harga	27
2.1.3.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	28
2.1.3.6 Strategi Penyesuaian Harga	29
2.1.4 Distribusi	31
2.1.4.1 Pengertian Distribusi	31
2.1.4.2 Lembaga Saluran Distribusi	34
2.1.4.3 Tujuan Saluran Distribusi.....	35
2.1.4.4 Strategi Dasar Saluran Distribusi	35
2.1.5 Keputusan Pembelian	36
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	36
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	40
2.1.5.3Faktor- faktor yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian.....	43
2.1.6 Penelitian Sebelumnya	48

2.2 Kerangka Pemikiran.....	51
2.3 Hipotesis.....	54
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	55
3.1.1 Diskripsi Umum Perusahaan	55
3.2 Metode Penelitian.....	57
3.2.1 Operasional Variabel.....	57
3.2.2 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	58
3.2.2.1 Populasi	58
3.2.2.2 Teknik Penarikan Sampel.....	59
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2.4 Uji Validitas Dan Reabilitas.....	61
3.2.5 Paradigma Penelitian.....	63
3.2.6 Alat Analisis.....	63
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	70
4.1.1 Kualitas Produk pada CV. Riel Us Tasikmalaya	70
4.1.2 Harga pada CV. Riel Us Tasikmalaya.....	74
4.1.3 Distribusi pada CV. Riel Us Tasikmalaya	78
4.1.4 Keputusan Pembelian pada CV. Riel Us Tasikmalaya	81
4.2 Pembahasan.....	84

4.2.1	Pengaruh Kualitas produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan beku pada CV. Riel Us di Tasikmalaya.....	84
4.2.2	Pengaruh langsung dan tidak langsung Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian (Y)	87
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	93
5.2	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Sebelumnya.....	48
3.1	Operasional Variabel	57
3.2	Skore Metode <i>Likert</i>	60
3.3	Formula Untuk mencari Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	66
4.1	Rangkuman Interpretasi Jawaban Konsumen Mengenai Kualitas Produk di PT. CV. Riel Us Tasikmalaya	71
4.2	Rangkuman Interpretasi Jawaban Konsumen Mengenai Harga di PT. CV. Riel Us Tasikmalaya	75
4.3	Rangkuman Interpretasi Jawaban Konsumen Mengenai Distribusi di PT. CV. Riel Us Tasikmalaya	78
4.4	Rangkuman Interpretasi Jawaban Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian di PT. CV. Riel Us Tasikmalaya	82
4.5	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Produk , Harga, Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.6	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Harga Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.7	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Iklim organisasi Terhadap Kinerja pegawai	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Proyeksi Pertumbuhan CAGR Beberapa Jenis Makanan dan Minuman Tahun 2013 – 2017.....	3
2.1	Tahap-tahap proses keputusan pembelian konsumen.....	40
2.2	Paradigma Penelitian.....	53
3.1	Struktur Organisasi Riel Us.....	56
3.2	Paradigma Penelitian.....	63
3.3	Hubungan Struktural Variabel X1,X2,X3 dan Y.....	64
4.1	Struktur hubungan kausal antara (X ₁ , X ₂ , X ₃ dan Y)	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Angket Penelitian	100
2	Rencana Kegiatan Penelitian	104
3	Uji Validitas dan Reliabilitas	105
4	Data Ordinal Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	107
5	Succesive Interval Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	109
6	Data Interval Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	114
7	Hasil Pengolahan Data	115