

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YAKULT

Oleh:

ERIC DARMADI FEBRIANTO

NIM 2017511206

Ericdarmadi080@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

ABSTRAK

Kualitas Produk dan Saluran Distribusi merupakan dua dari beberapa faktor yang diduga relatif besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian Produk Yakult di *Cabang Gunung putri*. Untuk membuktikan pengaruh keduanya maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Yakult di *Cabang Gunung Putri*.

Penelitian dilakukan di *Cabang Gunung Putri* dengan mengambil 74 responden sebagai sampel penelitian yang diambil menggunakan *purposive sampling* dari total populasi 100 responden. Pengambilan data dilakukan dengan instrument kuesioner tertutup lima skala penilaian dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Penelitian dilakukan secara kuantitatif yaitu dengan mendeskripsikan data penelitian. Analisis regresi digunakan sebagai alat analisis sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-T dan uji-F.

Penelitian menghasilkan dua temuan utama sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu: 1) Kualitas Produk pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian; 2) Saluran Distribusi pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka untuk Kualitas Produk dan Saluran Distribusi memberikan pengaruh signifikan bagi konsumen terhadap Keputusan Pembelian.

KATA KUNCI ; Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Zaman sekarang kesehatan sangat penting, kesehatan merupakan hal yang mutlak dibutuhkan oleh tubuh, kesehatan juga merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia disamping sandang, pangan dan papan. Banyak orang yang memiliki berbagai keluhan kesehatan akibat tidak memperdulikan kesehatan tubuhnya mulai dari keluhan yang ringan hingga keluhan yang berat.

Saat ini banyak bermunculan merek susu fermentasi yang cukup bersaing bagi perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran susu fermentasi, hal ini merupakan suatu peluang untuk memperluas dan menguasai pangsa pasar. Untuk menghadapi persaingan,

perusahaan pengolahan susu fermentasi selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang disesuaikan dengan perkembangan zaman dan keinginan/permintaan konsumen sehingga produk yang dihasilkan dapat terjual dipasaran.

Menurut Sofjan Assuari, Kualitas produk adalah tingkat kemampuan produk untuk memenuhi apa yang diharapkan si konsumen terhadap suatu produk yang dimilikinya. Dalam pengembangan produk, langkah pertama yang dilakukan oleh perusahaan ialah memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasar sasaran. saluran distribusi diperlukan oleh setiap perusahaan, karena produsen menghasilkan produk dan untuk mencapai ke

konsumen harus melalui saluran distribusi pada perusahaan.

Nugroho J. Setiadi mendefinisikan keputusan membeli merupakan hasil suatu hubungan yang saling memengaruhi antara faktor budaya meliputi (budaya, sub budaya, kelas sosial), faktor sosial meliputi (kelompok rujukan, keluarga, peran dan status), faktor pribadi/personal meliputi (umur dan tingkat daur hidup, kedudukan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), dan faktor

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Yakult di Desa Bojong Nangka Kecamatan Gunung putri Kabupaten Bogor
2. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk Yakult di Desa Bojong Nangka Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor

TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Produk

Menurut Mowen (2012:61), kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu Produk. Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

Saluran Distribusi

Menurut Philip Kotler(2007:122), Saluran Distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi

psikologis (motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap). Banyak dari faktor ini tidak banyak dipengaruhi oleh pemasar. Namun faktor-faktor tersebut sangat berguna untuk mengidentifikasi pembeli yang mungkin memiliki minat terhadap suatu produk, dan dapat menunjukkan pada pemasar mengenai bagaimana mengembangkan produk, harga, distribusi, dan promosi.

untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Jadi dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah suatu organisasi atau himpunan perusahaan yang saling berkaitan untuk menyalurkan barang hingga sampai kepada konsumen.

Keputusan Pembelian

Menurut KOTLER (2011), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Di dalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja, konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Hasil dari proses evaluasi pascakonsumsi kepuasan atau ketidakpuasan terhadap konsumsi produk yang dilakukannya. Setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut.

Kerangka Pemikiran

Keterkaitan antar masing – masing variabel dapat diteliti dan diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Produk Yakult

Mutu atau kualitas merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat, fleksibilitas dalam memenuhi permintaan konsumen (produk yang dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu merupakan pilihan kunci dan strategis. Menurut

mowen (2012;61), kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu Produk .Kotler dan Armstrong (2013) berpendapat bahwa kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Semakin berkualitas produk yang ditawarkan, maka semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, namun jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang rendah, maka semakin rendah juga keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Berdasarkan pengamatan di lapangan ada beberapa dari konsumen yang tidak puas dengan kualitas produk Yakult, hal ini dapat dilihat dari konsumen yang mengajukan keluhan kepada PT Yakult Indonesia Persada. Keluhan yang diterima oleh sales sangat beragam. Dengan adanya keluhan dari konsumen hal ini dapat membuat citra perusahaan atau PT Yakult Indonesia Persada menjadi menurun. Hal ini harus menjadi evaluasi untuk Perusahaan agar semakin meningkatkan kualitas produknya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ana putri fadilah (2013), Nova Dhita Kurniasari (2013) dan Dedi nurdiansyah (2017) Hasil dalam penelitiannya menyatakan bahwa: kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Yakult

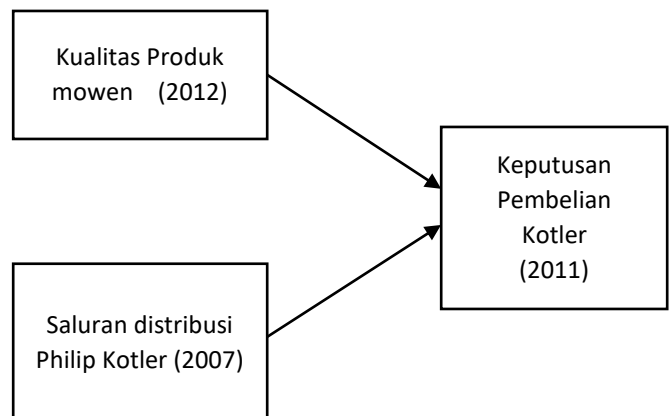
Menurut Philip Kotler (2007;122) Saluran Distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses

yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Jadi dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah suatu organisasi atau himpunan perusahaan yang saling berkaitan untuk menyalurkan barang hingga sampai kepada konsumen. Menurut David A. Revzan berpendapat Saluran Distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang- barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Pengertian Distribusi yang dikemukakan tersebut masih bersifat sempit karena istilah barang sering diartikan sebagai suatu bentuk fisik, sehingga akibatnya lebih cenderung menggambarkan pemindahan jasa-jasa atau kombinasi antara barang dan jasa.

Jadi dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah suatu organisasi atau himpunan perusahaan yang saling berkaitan untuk menyalurkan barang hingga sampai kepada konsumen. Sedangkan strategi distribusi harus ditetapkan sedini mungkin. Bahkan sebelum produk siap untuk dipasarkan, pendistribusian harus menetapkan metode dan rute yang akan digunakan untuk mendistribusikannya agar produk yang dihasilkan dapat mencapai pasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ana putri fadilah (2013), Nova Dhita Kurniasari (2013) dan Dedi nurdiansyah (2017) Hasil dalam penelitiannya menyatakan bahwa: Saluran Distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kerangka Pemikiran



METODOLOGI PENELITIAN

Sampel Penelitian

Menurut sugiyono (2010: 116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini, menurut Green (1991) dalam saputra dan semuel (2013: 5), untuk mengetahui jumlah sampel untuk penelitian regresi, dapat menggunakan rumus:

$$50 + 8(n)$$

$$= 50 + 8(3) = 50 + 24 = 74 \text{ responden}$$

Desain Penelitian

Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode secara Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas minuman, maka sumber datanya adalah orang yang ahli minuman (Sugiono, 2012: 122). Pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan penulis bahwa responden pernah membeli dan mengkonsumsi minuman Yakult.

Tabel 1
Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran		6. Kualitas yang dipersepsikan.		
1	Kualitas Produk (X_1)	Kelengkapan fitur dan manfaat dari sebuah produk yang dihasilkan perusahaan, dan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi keinginan konsumen.	1. Kinerja	1-5				
			2. Keragaman Produk Keandalan					
			3. Kesesuaian Ketahanan atau Daya Tahan	2	Saluran Distribusi (X_2)	Serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.	1. Saluran Pemasaran 2. Cakupan Pemasaran 3. Lokasi 4. Persediaan 5. Transportasi	1-5
			4. Kemampuan Pelayanan					
			5. Estetika					

3	Keputusan Pembelian (Y)	Proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Membeli 5. Perilaku sesudah pembelian 	1-5
---	-------------------------	---	--	-----

Metode Analisis

Uji Validitas

Validitas adalah tingkat kendala dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Menurut Sugiyono (2016:121) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur.

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka r hitung dengan r table. Jika r hitung lebih besar dari r table maka item dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r table maka item dikatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:121) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap keseluruhan butir pernyataan yang telah valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha. Reliabilitas terpenuhi jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 (Nunnally dalam Mulyanto dan Wulandari, 2010: 126).

Pengujian ini dilakukan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian menghasilkan model persamaan regresi linier ganda $Y = 1,197 + 0,475 X_1 + 0,485 X_2$ yang layak untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan pembelian (R Square = 0,860) sebesar 86 % Variabel Kualitas Produk (X1) dan Variabel Saluran Distribusi (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya 14 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 2

Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF			
	B	Std. Error	Beta							
1 (Constant)	1,197	1,826		,656	,514					
			KUALITAS PRODUK	,475	,087	,492	5,451	,000	,242	4,134
			SALURAN DISTRIBUSI	,485	,094	,466	5,162	,000	,242	4,134

Menentukan tingkat signifikan (α) dan t_{tabel}
 Tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah
 $H_0 : b_1 = 0$ tidak ada pengaruh
 $H_a : b_1 \neq 0$ ada pengaruh

Berdasarkan hasil perhitungan uji t dengan menggunakan SPSS , bahwa untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen dengan dependen dapat dilihat pada kolom t_{hitung} atau sig.

a. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian

Koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar $b_1 = 0,475$ memiliki nilai probabilitas T_{hitung} lebih besar dari pada taraf uji penelitian ($Sig\ t < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

b. Pengaruh Salurasn Distribusi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Koefisien regresi Saluran Distribusi (X2) sebesar $b_1 = 0,485$ memiliki nilai probabilitas $Thitung$ lebih besar dari pada taraf uji penelitian ($Sig\ t < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh Saluran Distribusi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah signifikan. Signifikansi

hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 3

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.908

a. Predictors:
 (Constant), X1
 variabel kualitas produk ,X2 Variabel Saluran Distribusi

b. Dependent Variable: Y
 Keputusan Pembelian

Sumber: Data penelitian yang diolah,2021

Nilai Durbin-Watson hasil perhitungan sebesar DW=1.908. Berdasar kategori yang telah ada, nilai DW termasuk dalam range 1.65

Uji Hipotesis

1. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2770.964	2	1385.482	217.783	.000 ^a
Residual	451.685	71	6.362		
Total	3222.649	73			

Tabel 4

a. **Predictors: (Constant), SALURAN DISTRIBUSI, KUALITAS PRODUK**

b. **Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Sumber: Data penelitian yang diolah,2021

Dari tabel anova di atas memiliki nilai probabilitas F sebesar 0,000. Karena nilai Sig F < α yaitu 0,000 < 0,05 sehingga Ho diterima dan Ha ditolak maka model persamaan regresi pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada penelitian ini layak, sehingga diterima dan layak untuk menunjukkan pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian.

2. Uji T

Tabel 5

Coefficients^a

< DW (1,908) < 2,35 yang artinya tidak terjadi autokorelasi. Oleh karena itu analisis regresi linier ganda dapat dilanjutkan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standard Coefficient
	B	Std. Error	
1 (Constant)	1.197	1.826	
X1	.475	.087	.475
X2	.485	.094	.485

Sumber: Data penelitian yang diolah,2021

.Hipotesis statistic yang diajukan adalah

sebagai berikut :

Ho : b1 = 0 tidak ada pengaruh

Ha : b1 ≠ 0 ada pengaruh

c. Hipotesis pertama Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Koefisien regresi Kualitas Produk (X1) sebesar b1 = 0,475 memiliki nilai probabilitas Thitung lebih besar dari pada taraf uji penelitian (Sig t < α atau 0,000 < 0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti ada pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

d. Hipotesis Kedua Pengaruh Saluran Distribusi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Koefisien regresi Saluran Distribusi (X2) sebesar b2 = 0,485 memiliki nilai probabilitas Thitung lebih besar dari pada taraf uji penelitian (Sig t < α atau 0,000 < 0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti ada pengaruh Saluran Distribusi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah signifikan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan

bahwa hipotesis penelitian ini diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian.

PEMBAHASAN

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari indikator pada masing-masing variabel penelitian. Dari hasil uji validitas terhadap masing-masing variabel penelitian ditemukan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel telah valid. Melalui uji reliabilitas ditemukan bahwa seluruh butir pernyataan yang telah valid pada masing-masing variabel penelitian dapat dibuktikan reliabilitasnya. Karena kuesioner telah valid dan reliabel maka kuesioner penelitian merupakan alat yang handal untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian menghasilkan temuan yang relatif sama untuk semua variabel penelitian dimana persepsi responden terhadap Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Keputusan Pembelian cenderung baik. Uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung dari masing-masing variabel lebih besar dari r tabel yaitu 0,2287 dan Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha lebih besar dari Alpha kritis ($0,877 > 0,600$).

KESIMPULAN

Penelitian menghasilkan model persamaan regresi linier ganda $Y = 1,197 + 0,475 X_1 + 0,485 X_2$ yang layak untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian ($R^2 = 0,860$) sebesar 86 % Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Variabel Saluran Distribusi (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya 14 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pengaruh masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Yakult dengan arah positif sebesar $b_1 = 0,475$, artinya makin tinggi Kualitas Produk maka makin tinggi pula Keputusan Pembelian pada Produk Yakult.

2. Saluran Distribusi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Yakult dengan arah positif sebesar $b_2 = 0,485$, artinya makin terjangkau Saluran Distribusi maka makin tinggi pula Keputusan Pembelian pada Produk Yakult.

SARAN

Dari hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh variabel kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada produk Yakult, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah :

1. PT Yakult Indonesia Persada diharapkan tetap menjaga kualitas produknya dan tetap memprioritaskan kepuasan konsumen Yakult. Pihak Yakult hendaknya menjaga stabilitas harganya, sehingga konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan PT Yakult Indonesia Persada.
2. Bagi konsumen, dengan kualitas produk dan Saluran Distribusi yang baik mampu meningkatkan keputusan Pembelian untuk terus mengkonsumsi produk Yakult, dan konsumen bersedia untuk merekomendasikan kepada kerabat terdekat.

DAFTAR PUSTAKA

Gultom, T. S. S., Hariyani, H., & Ismail, Z. (2014). Pengaruh Merek, Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pembelian Produk Aqua (Studi Kasus Pada PT. Bintang Suryasindo Cabang Pangkalpinang Bangka). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*.

Hermawan, B. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Journal of Theory and Applied Management*.

Heryanto, I. (2016). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.

Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2013), *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi ke-13, jilid1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

Kurriwati, N. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Eco-Entrepreneur*.

Margaretha, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Penikmat Rokok Tambang Emas Alami Dan Coklat Alami). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.

Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen

(Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*.

Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.

Silfanni, S., Ketrin, K., Lani, L., Sari, W., & Adhiguna, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Crude Palm Oil Pada Pt. Toscano Indah Pratama Di Jalan Timur Baru. *Aksara Public*.

Sugiyono (2015). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, p. 6-116. Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Tanjaya, V., & Wijaya, W. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen*.

Website :

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2812>

<http://eprints.undip.ac.id/23450/1/Skripsi.pdf>

<https://www.konsultanstatistik.com/2020/12/cara-membaca-tabel-pada-uji-t.html>

<http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/04/tafel-t.pdf>

<https://scholar.google.co.id/scholar?lookup=0&q=pengaruh+kualitas+produk+terhadap+kepuasan+konsumen&hl=id&assdt=0,5#d=gsqabs&u=%23p%3DbfcfDbHiRHMJ> JIMFE universitas Pakuan, Vol.1 No.1, diunduh pada: (22-01-2019, 20:16)

https://scholar.google.co.id/scholar?start=10&q=jurnal+kualitas+produk+terhadap+kepuasan&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DBRzua

[gZSddwJ](#) , jurnal EMBA, vol.2 No.3, universitas Sam Ratulangi Manado, diunduh pada: (05-03-2019, 12:19)

https://scholar.google.co.id/scholar?start=80&q=jurnal+kualitas+produk+terhadap+kepuasan&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DJLFGuOQpNn8J , jurnal EMBA, vol.3 No.2, universitas Sam Ratulangi Manado, diunduh pada: (05-03-2019, 12:09)

https://www.researchgate.net/profile/Dita_Amanah/publication/322138066_Pengaruh_Harga_Dan_Kualitas_Produk_Terhadap_Kepuasan_Konsumen_Pada_Majestyk_Bakery_Cake_Shop_Cabang_HM_Yamin_Medan/links/5a47523f458515f6b055df06/Pengaruh-Harga-Dan-Kualitas-Produk-Terhadap-Kepuasan-Konsumen-Pada-Majestyk-Bakery-Cake-Shop-Cabang-HM-Yamin-Medan.pdf

<https://www.konsultanstatistik.com/2020/12/cara-membaca-tabel-pada-uji-t.html>