

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN (AMDK) ADES DI SAMARINDA

Yan Ariski¹, Eka Yudhyani², Sunarto³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : yanariski298@gmail.com

Keywords : **ABSTRACT**

Product Quality, Price, Brand Image, Distribution Channels and Purchase Decisions This study aims to find out and analyze the Influence of Product Quality, Price, Brand Image and Distribution Channel on the Decision to Purchase Bottled Mineral Water (AMDK) Ades. The theoretical basis used in this study includes Product Quality, Price, Brand Image and Distribution Channels Towards Purchase Decisions. This study was conducted on consumers of Ades Bottled Mineral Water (AMDK) in Samarinda The sample taken in this study was 80 respondents using the non-probability sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires from google forms using a Likert scale to measure each indicator. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis tools.

The results of this study show that, First, Product Quality has a positive and significant effect on the decision to purchase Ades Bottled Mineral Water (AMDK). Second, Price has a positive and significant effect on the decision to purchase Ades Bottled Mineral Water (AMDK). Third, Brand Image has a positive and significant effect on the decision to purchase Ades Bottled Mineral Water (AMDK). Fourth, the Distribution Channel has a positive and significant effect on the decision to Purchase Bottled Mineral Water (AMDK) Ades. Fifth, Product Quality, Price, Brand Image and Distribution Channels have a significant effect on the purchase decision of Ades Bottled Mineral Water (AMDK). So in the study, it can be concluded that the purchase decision is greatly influenced by marketing factors and things inherent in the product such as price and brand image.

PENDAHULUAN

Ibu kota provinsi Kalimantan Timur, yaitu Samarinda merupakan salah satu kota dengan kepadatan penduduk yang lebih tinggi di banding kota lain yang ada di Kalimantan Timur. Kepadatan penduduk yang terjadi menyebabkan kegiatan ekonomi sebagian besar masyarakatnya mengalami peningkatan karena aktivitas perekonomian yang terus meningkat, sehingga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti air mineral yang tidak harus memasak sendiri, tetapi dengan cara

membeli air mineral yang dikemas dalam botol dari pihak lain. Produk Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) yang diproduksi oleh perusahaan air mineral, saat ini berkembang pesat dan hadir dengan berbagai macam merek.

Berbagai Perusahaan air mineral saat ini semakin gencar menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk bisa mendapatkan hati konsumen. Perusahaan air mineral dalam kemasan dari berbagai merek bersaing dengan cara memproduksi beberapa ukuran kemasan. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif dalam memilih air mineral dalam kemasan yang sesuai dengan kebutuhannya.

Produk mempunyai kualitas yang berbeda dari setiap pesaingnya, konsumen biasanya mempertimbangkan kualitas produk yang dibeli. Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong dalam Rosnaini (2017:37) adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam konsep produk menegaskan bahwa konsumen akan menyukai produk – produk yang menawarkan ciri – ciri yang paling berkualitas, berkinerja, dan inovatif.

Kemasan air mineral Ades 600 ml memiliki warna yang menarik, yaitu warna dasar putih dengan tepi hijau. Logo Ades pada kemasan 600 ml bergambar daun dan berwarna hijau yang diklaim memiliki kesan ramah lingkungan. Lebih dari itu, kadar plastik dari kemasan baru Ades ini dikurangi 8% dari kadar kemasan sebelumnya. Sehingga, botol kemasan air mineral Ades lebih ringan dan lebih mudah di remukkan dengan tangan. Produk Ades tersedia diseluruh kota di Indonesia, salah satunya kota Samarinda, mulai dari warung, pasar tradisional dan modern, minimarket, hingga supermarkert.

Berikut ini adalah perbandingan harga air mineral 600 ml dari berbagai merk :

Tabel 1
Perbandingan Harga Air Mineral Ades dengan Merek Lainnya

Produk	Harga
Club	Rp. 40.000.00
Ades	Rp. 50.000.00
Cleo	Rp. 60.000.00
Le Mineral	Rp. 70.000.00

(Sumber: Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 1 diatas, bisa disimpulkan perbandingan harga AMDK merek Ades dengan merek lainnya, bahwa AMDK merek Ades jika dilihat dari segi harga jauh lebih murah setelah AMDK Club. Harga menurut Meithiana Indrasari (2019:37) adalah nilai suatu barang dan jasa yang di ukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa. Penetapan harga AMDK Ades mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen didalam melakukan keputusan pembeliannya. Dari

kesesuaian harga dan kualitas produk konsumen dapat mengukur seberapa baik AMDK ades yang ditawarkan.

Citra merek yang baik diibaratkan sebagai senjata yang dapat dijadikan kekuatan perusahaan untuk menarik konsumen. Bagi konsumen, merek merupakan keistimewaan atau ciri khas produk dan akan memberikan perlindungan hukum tersendiri terhadap produk itu. Dengan adanya merek, maka konsumen dengan mudah membedakan karakteristik dari masing-masing produk.

Citra merek menurut Amalia (2019) dalam Agustiani (2022:658) adalah pandangan konsumen dalam menilai suatu merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa terhadap merek tersebut. Ades dalam kampanyenya mengajak konsumen untuk “Pilih, Minum, dan Remukkan”. Ades memiliki perbedaan dari segi produk yaitu, botol Ades dikemas menggunakan bahan plastik yang lebih sedikit daripada air mineral lainnya, hal ini membuat Ades mudah diremukkan setelah selesai diminum. Kali ini Ades hadir kembali dengan semangat baru “Cinta Hidup, Cinta Air” dan meneguhkan komitmen untuk fokus pada pelestarian air karena Ades memahami bahwa setiap tetes air berasal dari kehidupan dan bermanfaat untuk keberlangsungan hidup masyarakat.

Perusahaan dapat mencapai tujuan dan sasarannya dibidang pemasaran, apabila perusahaan mampu melakukan kegiatan distribusi dengan baik. Menurut Suharno (2020:198) saluran distribusi adalah sekumpulan pihak yang saling bergantung yang terlibat dalam proses mendistribusikan produk atau jasa, sehingga siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau penggunaan bisnis. Jika suatu perusahaan ingin berhasil maka perusahaan tersebut harus dapat mengadaptasi strategi dan teknik pemasarannya dengan pola perkembangan konsumsi konsumennya. Perkembangan dalam faktor lingkungan baik yang ada di luar maupun yang ada di dalam perusahaan seperti teknologi akan menghasilkan aneka ragam produk yang kompetitif, sehingga perusahaan untuk tumbuh dan berkembang harus mempunyai *competitive strategy* yang tangguh untuk dapat menguasai pasar.

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah disampaikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades Di Samarinda”. Tujuan Penelitian, adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades.

METODE PENELITIAN

Jangkauan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada masalah kualitas produk, harga, citra merek dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada konsumen pembeli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades dengan kuesioner melalui *google form*.

Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*field work research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan secara langsung kepada objek penelitian yang ditetapkan. Dalam penelitian lapangan data dan informasi dihimpun melalui pembagian kuesioner kepada seluruh pelanggan yang dijadikan subjek penelitian. Data jawaban kuisisioner diberi skor berdasarkan Skala Likert 5 (lima) dengan skor dan dapat dilihat pada tabel 2 dengan bobot sebagai berikut :

Tabel 2 : Skor Skala Likert

Skor	Penilaian
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Kurang Setuju
1	Tidak Setuju

Sumber ; Sugiyono (2017) dalam Dita Alamanda (2022:4)

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Reseach*)

Metode ini untuk mengumpulkan beberapa konsep teori secara kepustakaan yang dapat mendukung arah dan pembahasan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan berupa buku-buku perpustakaan, dan jurnal.

Populasi dan Sampel

Menurut Soegiarto K. (2018:42) bahwa populasi adalah individu objek yang akan diteliti atau populasi adalah kumpulan objek sesuatu persoalan secara keseluruhan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Samarinda yang mengkonsumsi air mineral dalam kemasan merek ades dan dilihat dari jumlahnya termasuk populasi yang tidak diketahui.

Menurut Soegiarto K (2018:42) bahwa sampling adalah suatu proses pengambilan sampel (contoh) atau bagian dari populasi yang dapat mewakili karakteristik populasi tersebut. Penentuan sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti sehingga menghitung jumlah sampel minimum menggunakan rumus Slovin karena populasi tidak diketahui, berikut rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana,

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

Maka,

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + (100 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{100}{1 + (100 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{100}{1 + 0,25}$$

n = 80 responden.

Berdasarkan hasil dari perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah berjumlah 80 orang yang sudah membeli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda.

Alat Analisis Data

Uji Instrumen

Uji Validitas : Menurut Priyatno (2017:63) dalam Dita Alamanda Putri (2022:5), uji validitas kuisioner digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin di ukur pada kueisioner tersebut. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap pada kuisioner tersebut.

Uji Reliabilitas : Menurut Sujarweni (2022:178) Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas : Menurut Imam Ghozali (2016:154) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Uji Linieritas : Menurut Priyatno (2017:95) uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linear berganda.

Uji Multikolinieritas : Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016:103) dalam Yanuar Mochammad Yusuf (2018:9).

Uji Autokorelasi : Menurut Imam Ghozali (2016:107) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu t dengan pengganggu t sebelumnya. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Uji Heteroskedastisitas : Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Regresi Linier Berganda

Menurut Supranto (2013) dalam Afnina dan Yuli Hastuti (2018:24) metode regresi linier berganda adalah metode analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel kualitas produk, harga, citra merek dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian air mineral dalam kemasan (AMDK) Ades di Samarinda.

Berdasarkan variabel – variabel yang diteliti maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Nilai Konstanta
b1 – b4	= Koefisien regresi
X1	= Kualitas Produk
X2	= Harga
X3	= Citra Merek
X4	= Saluran Distribusi
E	= Error (Kesalahan)

Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2013:177) dalam Dita Alamanda Putri (2022:6), koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen (harga, kualitas produk, citra merek dan saluran distribusi) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (keputusan pembelian) amat terbatas.

Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2016:97) dalam Yanuar Mochammad Yusuf (2018:10) Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual ketika menerangkan variasi variabel dependen.

Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2016:95) dalam Yanuar Mochammad Yusuf (2018:9) uji F digunakan untuk mengetahui ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Pengujian dilakukan dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependen. Berikut hasil pengujian regresi linier berganda.

Tabel 3

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.091	2.123		-.985	.328
	Kualitas Produk	.309	.085	.387	3.622	.001
	Harga	.284	.119	.194	2.392	.019
	Citra Merek	.393	.167	.210	2.362	.021
	Saluran Distribusi	.375	.154	.224	2.437	.017

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,387X_1 + 0,194X_2 + 0,210X_3 + 0,224X_4 + e$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 0,387. Nilai ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.
2. Nilai koefisien regresi dari variabel Harga (X2) adalah sebesar 0,194. Nilai ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien regresi dari variabel Citra Merek (X3) adalah sebesar 0,210. Nilai ini menunjukkan Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
4. Nilai koefisien regresi dari variabel Saluran Distribusi (X4) adalah sebesar 0,224. Nilai ini menunjukkan Saluran Distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Uji t (Parsial)

Berdasarkan tabel 4, maka diperoleh nilai thitung yang kemudian akan dijelaskan hubungan antara variabel X terhadap variabel Y sebagai berikut:

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.091	2.123		-.985	.328
	Kualitas Produk	.309	.085	.387	3.622	.001
	Harga	.284	.119	.194	2.392	.019
	Citra Merek	.393	.167	.210	2.362	.021
	Saluran Distribusi	.375	.154	.224	2.437	.017

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4 variabel Kualitas Produk (X1) Hal terlihat dari nilai sig X1 $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = t(a/2 ; n - k - 1) t(0,05/2 ; 80 - 3 - 1) = (0,025 : 80) = 1.99125$ sedangkan t_{hitung} sebesar 3.622 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.622 > 1.991$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis diterima.

Berdasarkan tabel 4 variabel Harga (X2) Hal terlihat dari nilai sig X2 $0,019 < 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = t(a/2 ; n - k - 1) t(0,05/2 ; 80 - 3 - 1) = (0,025 : 80) = 1.99125$ sedangkan t_{hitung} sebesar 2.392 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.392 > 1.991$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian, sehingga hipotesis diterima.

Berdasarkan tabel 4 variabel Citra Merek (X3) Hal terlihat dari nilai sig X3 $0,021 < 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = t(a/2 ; n - k - 1) t(0,05/2 ; 80 - 3 - 1) = (0,025 : 80) = 1.99125$ sedangkan t_{hitung} sebesar 2.362 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.362 > 1.991$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga hipotesis diterima.

Berdasarkan tabel 4 variabel Saluran Distribusi (X4) Hal terlihat dari nilai sig X4 $0,017 < 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = t(a/2 ; n - k - 1) t(0,05/2 ; 80 - 3 - 1) = (0,025 : 80) = 1.99125$ sedangkan t_{hitung} sebesar 2.362 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.362 > 1.991$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga hipotesis diterima.

3. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	574.174	4	143.543	31.476	.000 ^b
	Residual	342.026	75	4.560		
	Total	916.200	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Citra Merek, Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5.21 dapat dilihat nilai F hitung sebesar 31.476 dengan nilai F_{tabel} adalah 2,723 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_5 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama sama antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) Citra Merek (X3) Saluran Distribusi (X4) terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis diterima.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5 : Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.607	2.135

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, CitraMerek, Harga, Kualitas Produk.

Berdasarkan tabel 5.22 diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,627 yang artinya 62,7 % proporsi perubahan variabel dependen keputusan pembelian ditentukan oleh variabel independen Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi, sedangkan 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Variabel kualitas produk X1 berdasarkan tabel 5.20 uji t menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 3.622 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1.99125 dengan taraf signifikansi 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ yang memiliki arti kualitas produk yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Hal ini disebabkan karena Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades nyaman saat diminum, kemasan Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades tahan lama, Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades tidak ada kecacatan pada produk, Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades memiliki tampilan yang menarik. Sehingga masyarakat Kota Samarinda memutuskan untuk membeli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Berdasarkan pemaparan di pembahasan maka, hipotesis (H_1) diterima.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Variabel harga X2 berdasarkan tabel 5.20 uji t menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2.392 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1.99125 dengan taraf signifikansi 0,019 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ yang memiliki arti harga yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Hal ini disebabkan karena harga Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades terjangkau, harga air mineral ades lebih murah dari air mineral lain, harga air mineral ades yang ditawarkan sesuai dengan manfaat. Sehingga masyarakat Kota Samarinda memutuskan untuk membeli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Berdasarkan pemaparan di pembahasan maka, hipotesis (H2) diterima.

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Variabel citra merek X3 berdasarkan tabel 5.20 uji t menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2.362 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1.99125 dengan taraf signifikansi 0,021 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ yang memiliki arti citra merek yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Hal ini disebabkan karena Air mineral dalam kemasan merek ades mudah diingat, Air mineral dalam kemasan merek ades terkenal, Air mineral dalam kemasan merek ades memiliki reputasi yang baik. Sehingga masyarakat Kota Samarinda memutuskan untuk membeli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Berdasarkan pemaparan di pembahasan maka, hipotesis (H3) diterima.

4. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Variabel saluran X4 berdasarkan tabel 5.20 uji t menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2.437 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1.99125 dengan taraf signifikansi 0,017 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ yang memiliki arti saluran distribusi yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Hal ini disebabkan karena Air mineral dalam kemasan ades mudah ditemukan diberbagai warung, toko modern dan pasar tradisional. Air mineral dalam kemasan ades selalu tersedia saat diinginkan oleh konsumen. Sehingga masyarakat Kota Samarinda memutuskan untuk membeli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades. Berdasarkan pemaparan di pembahasan maka, hipotesis (H4) diterima.

5. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel kualitas produk, harga, citra merek dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Air mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Berdasarkan tabel 5.21 memperoleh hasil perhitungan Uji F nilai F_{hitung} 31.476 lebih besar dari F_{tabel} 2,72 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel kualitas produk, harga, citra merek dan saluran distribusi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama – sama terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades di Samarinda. Artinya Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi yang telah di bangun Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat maka Keputusan Pembelian akan terjadi. Berdasarkan pemaparan di pembahasan maka, hipotesis kelima (H_5) diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan Pembahasan tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, Kualitas Produk di tingkatkan maka Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades akan semakin meningkat.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, Harga di tingkatkan maka Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades akan semakin meningkat.
3. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, Citra Merek di tingkatkan maka Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades akan semakin meningkat.
4. Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, Saluran Distribusi di tingkatkan maka Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades akan semakin meningkat.
5. Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi secara bersama sama di tingkatkan maka Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades akan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Sebaiknya PT. Wira Internasional Tbk mempertahankan atau dapat meningkatkan lagi kualitas produk, harga yang terjangkau, citra perusahaan dan saluran distribusi agar masyarakat lebih banyak membeli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Ades.

2. Untuk peneliti selanjutnya
Peneliti ini hanya menggunakan variable independent Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Saluran Distribusi yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, maka peneliti lanjutan dapat menambahkan variabel independen seperti promosi dan *green marketing*.

REFERENCES

- Agustiani, R., & Fitra, J.2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi JIMMBA, Vol 4. No 5.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research And Consulting Institute.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- _____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. Surabaya : UNITOMO PRESS.
- Priyatno, Duwi. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Andi.
- Soegiarto, Eddy. 2018. *Metodologi Penelitian Dan Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Indocamp.
- Suharno. 2020. *Marketing in Practice*. KP Books (Kaltim Post Group)
- Sujarweni, V. Wiratna. 2022. *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi pendekatan kuantitatif*. Yogyakarta: PT Pustaka baru.
- Umi, D. A. P. R. J. 2022. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Sijiro Di Samarinda*. Ekonomia, Vol. 11 No. 1.
- Yusuf, Yanur Mochammad dan Asmara Indahingwati. 2018. “*Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Dan K3 Terhadap Kinerja Karyawan Pt Pln (Persero) Distribusi Jawa Timur.*” Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen 7(12): 1–18.