

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of prices, product quality and distribution channels on the decision to purchase Aice ice cream in the village community Pull district Tarik District Sidoarjo. The sample in this study amounted to 114 respondents, the data was taken using questionnaires and documentation and then analyzed using multiple linear regression tests with the help of the SPSS program which previously tested the classical instruments and assumptions. Based on the results of multiple linear regression, it can be seen that the regression coefficient X1 is 0.210, X2 is 0.371, and X3 is 0.525. Through the t test, it can be seen that the value of the price variable is $t = 0.198$ with the value of sig. 0,844, product quality t count = 6,357 with sig value. 0,000, and the distribution channel t hitung = 3,706 with the value of sig. 0,000. So that it can be concluded that the price variable does not significantly influence purchasing decisions, while product quality and distribution channels partially have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Distribution Channel, Purchasing Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian es krim Aice pada masyarakat desa Tarik kecamatan Tarik kabupaten Sidoarjo. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 114 responden, data diambil dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS yang sebelumnya dilakukan uji instrumen dan asumsi klasik. Berdasarkan hasil regresi linear berganda dapat diketahui koefisien regresi X_1 sebesar 0,210, X_2 sebesar 0,371, dan X_3 sebesar 0,525. Melalui uji t dapat diketahui hasil nilai variabel harga sebesar $t_{hitung}=0,198$ dengan nilai sig. 0,844, kualitas produk $t_{hitung}=6,357$ dengan nilai sig. 0,000, dan saluran distribusi $t_{hitung}=3,706$ dengan nilai sig. 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian