
Pengaruh Harga, Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada CV. Anugerah Sejahtera Abadi

Randy Claudio Owen¹, Ni Putu Widhia Rahayu², Farida Efriyanti³

Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia¹

Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia²

Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia³

Email: rendidedi06@gmail.com¹

Abstract: *The company was founded as a profit-oriented organization, with the goal of maximizing profits to fund operations, ensure survival, and enable company growth in a fast-paced. Therefore the company's sales value must be as high as possible if you want to generate optimal profits. But on CV. Anugerah Sejahtera Abadi experienced instability and decreased turnover when averaged from 2017-2021, therefore the researcher aimed to determine the effect of price, distribution and product quality on purchase intention in CV. Anugerah Sejahtera Abadi. The research design uses quantitative research and the analytical method uses multiple linear regression tests. Approach by way of literature study, documentation and questionnaires. In the findings it was found that the variables of price, distribution and product quality have a significant and positive effect simultaneously on purchase intention.*

Keywords: *Price; Distribution; Product Quality; Purchase Intention*

Abstrak: Sebuah perusahaan didirikan sebagai organisasi yang berorientasi pada keuntungan, dengan tujuan memaksimalkan keuntungan untuk mendanai operasi, memastikan kelangsungan hidup, dan memungkinkan pertumbuhan perusahaan dalam lingkungan yang serba cepat. Oleh karena itu nilai penjualan perusahaan harus setinggi-tingginya jika ingin menghasilkan profit atau laba yang optimal. Namun pada CV. Anugerah Sejahtera Abadi ini terjadi ketidak stabilan dan penurunan omset apabila dirata-rata dari tahun 2017-2021, maka dari itu peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, distribusi dan kualitas produk terhadap minat beli pada CV. Anugerah Sejahtera Abadi. Desain penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dan metode analisis menggunakan uji regresi linier berganda. Pendekatan dengan cara studi pustaka dokumentasi dan kuesioner. Dalam temuan ditemukan bahwa variabel harga, distribusi dan kualitas produk signifikan dan positif secara bersamaan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Harga; Distribusi; Kualitas Produk; Minat Beli*

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan didirikan sebagai organisasi yang berorientasi pada keuntungan, dengan tujuan memaksimalkan keuntungan untuk mendanai operasi, memastikan kelangsungan hidup, dan memungkinkan pertumbuhan perusahaan dalam lingkungan yang serba cepat. Oleh karena itu nilai penjualan perusahaan harus setinggi-tingginya jika ingin menghasilkan profit atau laba yang optimal.

Penjualan yang baik di suatu perusahaan seharusnya akan terus mengalami peningkatan, namun hal ini tidak terjadi pada CV. Anugerah Sejahtera Abadi, perusahaan ini bergerak di bidang pelumas yang mendistribusikan produk ke berbagai daerah, seperti Bandar Lampung, Tulang Bawang, Kota Metro, Pringsewu, Bandar Jaya, Kota Bumi dan sekitarnya. Beberapa tahun belakangan ini khususnya di tahun 2017 sampai dengan tahun 2021, CV. Anugerah Sejahtera Abadi mengalami tingkat penjualan yang tidak stabil.

Tabel 1 Data Penjualan Tahun 2017-2021

Tahun	Penjualan (Omset dalam Rupiah)	Persentase Kenaikan (%)
2017	1.089.881.600	
2018	897.997.150	(17,6)
2019	775.923.600	(13,59)
2020	456.733.500	(41,14)
2021	601.892.400	31,78
Rata-rata		(10,14)

Sumber: CV. Anugerah Sejahtera Abadi

Berdasarkan data yang diterima bahwa CV. Anugerah Sejahtera Abadi mengalami penurunan pada nilai penjualannya dengan rata-rata pertahun mengalami penurunan sebesar 10,14% dari tahun 2017 sampai tahun 2021. Sehingga berdasarkan data tersebut perusahaan perlu merancang strategi untuk dapat meningkatkan menstabilkan nilai penjualan. Nilai penjualan ini sebagai gambaran atau acuan terhadap tinggi atau rendahnya minat beli yang terjadi pada CV. Anugerah Sejahtera Abadi.

Harga

Harga adalah bagian penting dan tidak bisa dipisahkan dari marketing mix (bauran pemasaran) serta harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya (Sakti dan Maria, 2016). Harga ialah sejumlah uang yang dibayarkan pelanggan kepada penjual sebagai ganti produk atau layanan yang mereka beli dikenal sebagai harga. Dengan kata lain, penetapan harga adalah nilai yang diberikan penjual pada suatu produk.

Distribusi

Distribusi adalah transfer produk atau layanan antara produsen, pengguna komersial, dan pengguna akhir. (Kismono, 2001). Keegan (2003) Saluran konsumen atau distribusi dimaksudkan untuk mengantarkan produk ini ke tangan konsumen untuk penggunaan pribadi mereka, sedangkan saluran manufaktur mengantarkan produk ke produsen atau organisasi yang menggunakan produk ini dalam proses produksi atau sehari-hari. Distribusi dapat didefinisikan sebagai proses penyediaan barang atau jasa kepada pihak lain.

Kualitas Produk

Kualitas produk mengacu pada kapasitas perusahaan untuk memberikan setiap produknya identitas unik atau serangkaian atribut sehingga pelanggan dapat mengidentifikasinya (Schiffman dan Kanuk, 2007). Kualitas produk mengacu pada karakteristik suatu objek atau hasil yang menjamin kesesuaiannya dengan tujuan penggunaan objek atau hasil tersebut. (Assauri, 2012). kualitas produk merupakan kondisi dari sebuah produk yang dapat menunjukkan fungsi, ketepatan, kemudahan dalam pemakaian produk hingga dapat menjadi suatu ciri khas produk dan dapat menjadi strategi untuk bersaing dengan para kompetitor atau pesaing.

Minat Beli

Minat beli disebut juga sebagai sebuah keinginan dalam pikiran konsumen untuk memiliki suatu barang atau benda, seringkali dibatasi oleh situasi keuangan yang dimiliki. (Rizky dan Yasin, 2014). Peningkatan dari minat beli konsumen bagi perusahaan sangat penting untuk mengukur keberhasilan para manajer atau merupakan indikasi berhasil tidaknya perusahaan dalam persaingannya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini memakai jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dengan menjabarkan atau menjelaskan hasil dari penelitian uji melalui alat bantu hitung spss dan dideskripsikan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan jumlah konsumen tetap pada CV Anugerah Sejahtera Abadi adalah 37 konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari jumlah populasi yang berjumlah 37 konsumen (2021) di CV Anugerah Sejahtera Abadi sebagai responden.

Sumber Data

Data primer, yang merupakan informasi yang diperoleh dari hasil survei kuesioner dan data sekunder adalah informasi yang didapat melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, serta laporan keuangan tahunan CV Anugerah Sejahtera Abadi.

Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka, salah satu metode pengumpulan data yang memerlukan membaca dan menganalisis berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, dan bahan pendukung lainnya.
2. Dokumentasi, metode pengumpulan data yang melibatkan melihat dan menganalisis bahan sekunder yang telah diperoleh dari CV. Anugerah Sejahtera Abadi juga digunakan didalam penelitian ini. Data-data sekunder tersebut berupa foto dokumentasi dan data daftar harga, data biaya pendistribusian, data kualitas produk serta data penjualan tahunan CV Anugerah Sejahtera Abadi dari tahun 2017-2021.
3. Kuesioner, Pada penelitian ini terdapat total 34 item kuesioner, harga (11 item), distribusi (8 item), kualitas produk (10 item) dan minat beli (5 item) yang disebar kepada responden yaitu keseluruhan konsumen.

Metode Analisis

Metode Analisis data yang dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik untuk menguji persyaratan data instrument, menggunakan analisis deskriptif serta analisis linier berganda, determinasi (R^2) uji t dan uji F.

HASIL PENELITIAN

Profil Objek Penelitian

CV Anugerah Sejahtera Abadi didirikan pada tahun 2014 oleh Bapak Dedi Cahyana, sebelumnya perusahaan ini berbentuk usaha perorangan yang lalu diubah menjadi perusahaan dalam bentuk CV (Commanditaire Vennootschap). Perusahaan CV ASA ini bergerak dibidang pelumas untuk industrial, proyek hingga angkutan. Produk dari CV Anugerah Sejahtera Abadi dipasarkan di daerah Lampung terutama daerah Bandar Lampung, Metro, Bandar Jaya, Kota Bumi dan daerah-daerah lainnya di provinsi lampung.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Item Pernyataan	r_{hitung}	R_{tabel} 5% (34)	Keterangan
X1.1	0,689	0,329	Valid
X1.2	0,725	0,329	Valid
X1.3	0,691	0,329	Valid
X1.4	0,691	0,329	Valid
X1.5	0,583	0,329	Valid
X1.6	0,695	0,329	Valid
X1.7	0,718	0,329	Valid
X1.8	0,716	0,329	Valid
X1.9	0,781	0,329	Valid

X1.10	0,726	0,329	Valid
X1.11	0,375	0,329	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi

Item Pernyataan	r _{hitung}	R _{tabel} 5% (34)	Keterangan
X2.1	0,740	0,329	Valid
X2.2	0,735	0,329	Valid
X2.3	0,792	0,329	Valid
X2.4	0,646	0,329	Valid
X2.5	0,742	0,329	Valid
X2.6	0,760	0,329	Valid
X2.7	0,655	0,329	Valid
X2.8	0,770	0,329	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item Pernyataan	r _{hitung}	R _{tabel} 5% (34)	Keterangan
X1.1	0,483	0,329	Valid
X1.2	0,560	0,329	Valid
X1.3	0,602	0,329	Valid
X1.4	0,512	0,329	Valid
X1.5	0,470	0,329	Valid
X1.6	0,509	0,329	Valid
X1.7	0,534	0,329	Valid
X1.8	0,681	0,329	Valid
X1.9	0,613	0,329	Valid
X1.10	0,449	0,329	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Minat Beli

Item Pernyataan	r _{hitung}	R _{tabel} 10% (34)	Keterangan
Y.1	0,903	0,329	Valid
Y.2	0,892	0,329	Valid
Y.3	0,655	0,329	Valid
Y.4	0,555	0,329	Valid

Y.5	0,560	0,329	Valid
-----	-------	-------	-------

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Variabel penelitian ini semuanya valid. Hal tersebut dilihat dari hasil nilai korelasi r hitung > 0,329 sehingga Variabel dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan item instrumen tersebut.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,860	11

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel Distribusi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,867	8

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,710	10

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,774	5

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Variabel penelitian ini semuanya reliabel. Hal ini dilihat dari nilai Cronbach Alpha dari setiap instrument > 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Keseluruhan data yang digunakan pada penelitian ini bahwa data berdistribusi secara normal, nilai residual atau data berdistribusi normal pada uji Normalitas, dan data tidak mengalami gejala Multikolinearitas dengan nilai tolerance > dari 0,05 dan nilai VIF < dari 5, dan keseluruhan data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dengan uji Heteroskedastisitas Scatterplot bahwa hasil tidak ada sebaran pola yang jelas dan sebaran data menyebar diatas dan dibawah maupun disekitar angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada data serta nilai signifikansi > 0,05.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constanta)	10.373	8.609		1.205	.237
Harga	.123	.184	.129	2.670	.039
Distribusi	.600	.154	.676	3.893	.000
Kualitas Produk	.360	.261	.283	2.378	.018

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Maka persamaannya adalah:

$$Y = 10,373 + 0,123X_1 + 0,600X_2 + 0,360X_3 + e.$$

Analisis persamaan regresi yaitu:

1. Nilai minat beli adalah 10,373 karena nilai konstanta (a) berlaku, bahkan tanpa adanya faktor harga, distribusi, dan kualitas produk.
2. Jika koefisien harga 0,123. Berarti harga menaikkan minat beli sebesar 0,123
3. Jika koefisien distribusi 0,600. Berarti distribusi menaikkan minat beli sebesar 0,600.
4. Skor kualitas produk 0,360. Berarti kualitas produk meningkatkan minat beli 0,360.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.367	.309	2.46942

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Nilai R square adalah 0,367, seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa faktor di luar penelitian ini menyumbang 63,3% dari variasi minat beli, dengan sisanya 36,7% dipengaruhi oleh faktor yang berkaitan dengan harga, distribusi, dan kualitas produk.

Uji T

Tabel 12. Uji Statistic T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constanta)	10.373	8.609		1.205	.237
	Harga	.123	.184	.129	2.670	.039
	Distribusi	.600	.154	.676	3.893	.000
	Kualitas Produk	.360	.261	.283	2.378	.018

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

1. Signifikansi variabel harga $0,039 < 0,05$ serta skor t hitung $2,670 > t$ tabel 2,034. Dampak harga terhadap minat beli sangat besar. Hal ini menunjukkan bahwa teori awal benar. Semakin besar harga yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan pembeli akan tertarik.
2. Signifikansi variabel distribusi $0 < 0,05$ serta skor dari t hitung $3,893 > t$ tabel 2,034. Dampak distribusi terhadap minat beli sangat besar. Ini membuktikan bahwa teori kedua benar. Minat beli akan sangat dipengaruhi oleh seberapa baik distribusi dilakukan.
3. Signifikansi variabel kualitas produk $0,018 < 0,05$ serta skor dari t hitung $2,378 > t$ tabel 2,034. Maka minat beli dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga benar. Semakin bagus kualitas produk, semakin besar kemungkinan orang akan tertarik untuk membelinya.

Uji F

Tabel 13. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	116.440	3	38.813	6.365	.002 ^b
	Residual	201.235	33	6.098		
	Total	317.676	36			

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Hasil tersebut ditunjukkan dengan skor signifikansi $0,002 < 0,05$ atau f hitung $6,365 > f$ tabel $2,88$ berdasarkan tabel tersebut di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel minat beli secara simultan dipengaruhi oleh variabel harga, distribusi, dan kualitas produk.

PEMBAHASAN

Hubungan Harga Terhadap Minat Beli

Harga memiliki pengaruh yang positif dan cukup besar terhadap minat beli di CV Anugerah Sejahtera Abadi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu t hitung $2,670 > t$ tabel $2,034$ atau dapat dilihat berdasarkan nilai signifikansi yaitu $0,039$ lebih kecil dari $0,05$. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Irawan (2020) yang menyatakan bahwa harga terhadap minat beli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Hubungan Distribusi Terhadap Minat Beli

Distribusi memiliki pengaruh yang positif dan cukup besar terhadap minat beli di CV Anugerah Sejahtera Abadi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu t hitung $3,893 > t$ tabel $2,034$ atau dapat dilihat berdasarkan nilai signifikansi yaitu 0 lebih kecil dari $0,05$. Menurut penelitian sebelumnya oleh Firdaus, Purwoko, dan Setyawan (2022), distribusi memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap minat beli.

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Kualitas produk memiliki pengaruh yang menguntungkan dan cukup besar terhadap kecenderungan konsumen untuk membeli di CV Anugerah Sejahtera Abadi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu t hitung $2,378 > t$ tabel $2,034$ atau dapat dilihat berdasarkan nilai signifikansi yaitu $0,189$ lebih kecil dari $0,05$. Temuan ini konsisten dengan peneliti sebelumnya Jannah dan Sulaiman (2021), yang menemukan bahwa kualitas produk secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli.

Hubungan Harga, Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Berdasarkan temuan penelitian, niat beli CV Anugerah Sejahtera Abadi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga, distribusi, dan kualitas produk. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai f hitung lebih besar dari f tabel, yaitu f hitung $6,365 > f$ tabel $2,88$ atau dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,002$ kurang dari $0,05$. Temuan ini sama dengan penelitian sebelumnya oleh Khasanah (2015) yang menyatakan bahwa distribusi, harga, dan kualitas produk secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli.

KESIMPULAN

Kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel harga terhadap minat beli di CV Anugerah Sejahtera Abadi berpengaruh positif dan signifikan. Harga yang disajikan dengan baik maka minat beli dari konsumen akan meningkat dan begitu juga sebaliknya.
2. Variabel distribusi terhadap minat beli di CV Anugerah Sejahtera Abadi berpengaruh positif dan signifikan. Distribusi ditingkatkan maka minat beli dari konsumen akan meningkat dan begitu juga sebaliknya.
3. Variabel kualitas produk terhadap minat beli di CV Anugerah Sejahtera Abadi berpengaruh positif dan signifikan. Kualitas produk ditingkatkan maka minat beli dari konsumen akan meningkat dan begitu juga sebaliknya.
4. Variabel harga, distribusi dan kualitas produk terhadap minat beli di CV Anugerah Sejahtera Abadi berpengaruh positif dan signifikan

SARAN

Dalam penelitian ini terdapat saran yaitu:

1. Perusahaan disarankan untuk dapat menyesuaikan harga ketinggian yang lebih terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
2. Perusahaan disarankan agar dapat menyediakan barang agar selalu dalam keadaan ready stock serta memperhatikan atas kelengkapan produk yang dipasarkan.
3. Perusahaan disarankan agar dapat menyediakan produk yang berbahan dasar yang berkualitas tinggi sehingga masa pakai dari produk dapat tahan lama, serta perusahaan harus meningkatkan bentuk dari kemasan sehingga para konsumen dapat lebih tertarik para produk yang ditawarkan.
4. Perusahaan disarankan untuk dapat meningkatkan kegiatan pemasarannya sehingga calon konsumen dapat lebih mengetahui produk dari CV Anugerah Sejahtera Abadi ini dan terjadi adanya ketertarikan produk sebelum munculnya minat beli pada perusahaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Fernando, Made Fajar dan Ni Made Asti Aksari. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 7, No. 1, 2018: 441-469
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gugup Kismono. 2001. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Rizky, M. F. dan Yasin H. 2014. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02).
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sakti, Anggono Raras Tirto dan Linda Maria. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Sinarmentari Indoprima Cabang Kota Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*. Vol. 15, No. 2. <http://jurnal-inaba.hol.es>.