

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, SALURAN DISTRIBUSI DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT TOA PADA
PT MEDAN WARNA ABADI**

Shelly

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Cat TOA pada PT Medan Warna Abadi. Penurunan keputusan pembelian terlihat dari tidak tercapainya target penjualan yang diakibatkan penurunan kualitas produk, saluran distribusi dan penurunan kepuasan pelanggan. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi sebanyak 149 pelanggan dan sampel sebanyak 109 pelanggan dan menggunakan teknik pengumpulan sampel yaitu sampling jenuh. Metode analis menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan pegujian hipotesis. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,154 > 1,983$ dan signifikan $0,002 < 0,05$, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,740 > 1,983$ dan signifikan $0,007 < 0,05$, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,374 > 1,983$ dan signifikan $0,019 < 0,05$, berarti secara parsial Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Cat TOA pada PT Medan Warna Abadi. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (10,652) > F_{tabel} (2,69)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa secara simultan Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Cat TOA pada PT Medan Warna Abadi. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh 21,1% dari variasi variabel keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel kualitas produk, saluran distribusi dan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 78,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian