

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENETAPAN HARGA DAN SALURAN  
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA PT. METRO ARTHA PRAKARSA**

**Jimmy Halim<sup>1</sup> Ricardo Hua<sup>2</sup> Andree Felix<sup>3</sup> Hartono Salim<sup>4</sup>  
Program Studi Management  
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

**Abstrak**

Kualitas produk, penetapan harga dan saluran distribusi merupakan unsur-unsur yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, penetapan harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Metro Artha Prakarsa. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Keseluruhan populasi adalah rata-rata konsumen perhari yang melakukan pembelian berulang pada perusahaan berjumlah 189 konsumen. Dikarenakan jumlah populasi yang banyak maka akan teknik pengambilan sampel akan diperkecil dengan menggunakan rumus *Slovin* tingkat toleransi kesalahan 5% sehingga didapatkan sebanyak 128 responden dalam penelitian yang akan dilakukan pembagian kuesioner yang diukur dengan dengan skala *likert*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi serta uji simultan dan uji parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, kualitas produk, penetapan harga, dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pres keputusan pembelian konsumen pada PT. Metro Artha Prakarsa. Berdasarkan hasil penelitian ini, implikasi bagi manajemen yaitu lebih melakukan perbaikan pada kualitas produk agar dapat lebih baik, memberikan penawaran harga yang menarik dan pelaksanaan distribusi yang maksimal.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Penetapan Harga, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian.**