

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG PALMANCO PADA PT PALMANCO INTI SAWIT MEDAN**

**William, Ricky Maruli, Leonardi Hermawan**  
**Program Studi Manajemen**

Penelitian dilaksanakan di PT Palmanco Inti Sawit Medan. Penelitian bertujuan untuk menguji serta menganalisis dampak Kualitas Pelayanan, Citra Merek serta Distribusi pada Keputusan Pembelian Minyak Goreng Palmanco di PT Palmanco Inti Sawit Medan. Terdapat penurunan kebijakan pembelian yang disebabkan karena Kualitas Pelayanan, Citra Merek serta Distribusi. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian sebanyak 167 pelanggan dan total sampelnya berjumlah 118 pelanggan. Metode sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*. Pengujian menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil uji hipotesis secara mandiri didapatkan angka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,008 > 1,981$  serta signifikansinya  $0,047 < 0,05$ , angka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $7,697 > 1,981$  serta signifikan yang diperoleh  $0,000 < 0,05$ , angka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,147 > 1,981$  serta signifikan yang diperoleh  $0,034 < 0,05$ , angka  $F_{hitung} (39,381 > F_{tabel} (2,68)$  serta probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$  berarti bila secara mandiri dan bersama-sama Kualitas Pelayanan, Citra Merek serta Distribusi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian Minyak Goreng Palmanco pada PT Palmanco Inti Sawit Medan. Perolehan pengujian koefisien determinasi didapatkan angka *Adjusted R Square* yaitu 49,6% dari kebijakan pembelian yang bisa diuraikan dari kualitas pelayanan, citra merek serta distribusi sementara sisanya sebanyak 50,4% diuraikan dari variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Kesimpulannya adalah bila Kualitas Pelayanan, Citra Merek serta Distribusi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian Minyak Goreng Palmanco pada PT Palmanco Inti Sawit Medan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Distribusi, Keputusan Pembelian