

Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Cleo

M. Ajis Susilo

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi
E-mail: ajissusilo65@yahoo.co.id.

Syariefful Ikhwan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi
E-mail: syarief97tmi@gmail.com.

Slamet Bambang Riono

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi
E-mail: sbriono@gmail.com

Abstract. *This research was conducted to discuss the influence of distribution channels and prices on Cleo's water purchase decision at PT Sentralsari Primasentosa (Ciledug Depot). The variables of this study are distribution channels (X1) and Price (X2) to purchasing decisions (Y). This research uses a type of survey research, with quantitative methods. Data analysis is assisted by the SPSS program application. The population of this study was cleo consumers with a total of 954 (stores/customers) in Brebes County. The technique of determining the number of samples, using the Slovin formula, obtained a sample of 100 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires to consumers. The data were then analyzed validity and reliability tests, determination tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, F tests and t tests. Based on the results of this study, it shows that distribution channels and prices affect cleo's water purchase decision at PT Sentralsari Primasentosa.*

Keywords: *Distribution Channel, Price, and Purchasing Decision*

Abstrak. Riset ini dikerjakan untuk mengenai pengaruh saluran distribusi dan harga pada keputusan pembelian air Cleo di PT Sentralsari Primasentosa (Depo Ciledug). Variabel penelitian ini saluran distribusi (X_1) dan Harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei, dengan metode kuantitatif. Analisis data dibantu dengan aplikasi program SPSS. Populasi penelitian ini adalah konsumen cleo dengan jumlah sebanyak 954 (toko/pelanggan) di Kabupaten Brebes. Teknik penentuan jumlah sampel, memakai rumus Slovin didapat sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner kepada konsumen. Data selanjutnya dianalisis uji validitas dan reliabilitas, uji determinasi, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji F dan uji t. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian air Cleo di PT Sentralsari Primasentosa.

Kata kunci : Saluran Distribusi, Harga, dan Keputusan Pembelian

Received Mei 30, 2022; Revised Juni 2, 2022; Juli 22, 2022

* M. Ajis Susilo, ajissusilo65@yahoo.co.id

LATAR BELAKANG

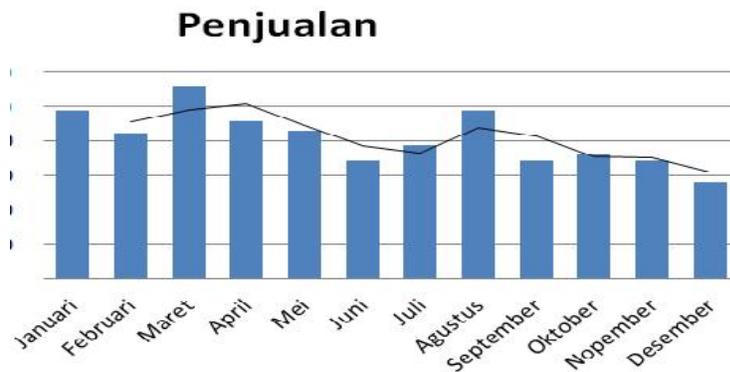
Indonesia ialah negara beriklim tropis, yaitu kemarau dan hujan. Akan tetapi belakangan ini kita merasakan tingkat perubahan iklim yang tidak menentu yang terjadi di permukaan bumi ini, khususnya di Indonesia. Kita lihat cuaca saat ini ialah musim penghujan yang cukup panjang, sama juga musim kemarau terkadang cukup panjang sehingga banyak kekurangan air di banyak wilayah. Sejak berdiri sejak 2003, *tanobel* yaitu identitas perusahaan PT Sariguna Primatirta yang merupakan pabrik Air Minum dalam Kemasan (AMDK) pertama di Indonesia yang sehingga memperoleh sertifikat *food safety management* ISO. Kata *tanobel* di ambil dari nama keluarga pendiri perusahaan. Keluarga Tanoko yang berkontribusi aktif dalam mengembangkan produk-produk berkualitas tinggi dengan pemberian hasil yang memuaskan untuk konsumen atau pelanggannya. Tanobel melambangkan visi untuk memperoleh hasil yang berkualitas dan layanan yang sangat layak memperoleh penghargaan. Dari tahun 2003 sampai 2009, Tanobel mengakuisisi pabrik brand *Anda* dan *Super O2* dan juga memproduksi galon Indomaret. Penelitian ini mengambil saluran distribusi dan harga yang menyebabkan keputusan pembelian produk tersebut. Data penelitian ini diambil di bagian depo Ciledug dan Krebes, tapi fokus di wilayah Kabupaten Brebes sebagai subjek penelitian ini. Struktur organisasi distributor di Jabar Timur ialah pak Mulyono sebagai manager pemasaran, pak Andi Kiswoyo sebagai kepala depo atau kepala cabang. Untuk kordinator lapangan ialah Syamsul dan Nur Ade Fadilah, admin dan kasir yaitu Hikmah dan Siti Zakiyah, posisi staf gudang ada Agus dan Sholikhin, dan sales kanvas yaitu Ahmad, Dede, Syafik, Indra Cahya, Adi, Asep, Sarikin dan Agus.

Tabel 1. Jumlah Distribusi di Kab. Brebes

Nama Kecamatan	Jumlah Toko
Brebes	78
Wanasari	157
Bulakamba	162
Losari	44
Ketanggungan	158
Kersana	78
Banjarharjo	28
Larangan	68
Songgom	28
Jatibarang	75
Tanjung	78

Sumber: PT Sentralsari Primasentosa (Depo Ciledug)

Dalam saluran pendistribusian di wilayah Kabupaten Brebes ini belum meluas ke semua kalangan dikarenakan banyak pesaing lokal maupun interlokal. Berikut diagram penjualan air Cleo periode Januari s.d. Desember 2021.



Gambar 1. Grafik Penjualan Tahun 2021

Grafik pada gambar 1. menunjukkan angka penjualan air Cleo periode Januari s.d. Desember 2021. Terlihat adanya penurunan penjualan di Kabupaten brebes. Objek penelitian yang dipilih adalah saluran distribusi (X_1) dan harga (X_2) karena ada penurunan volume penjualan di Kabupaten brebes terhadap keputusan pembelian air Cleo. Biasanya dari keputusan pembelian dikarenakan sangat puas dengan produk atau manfaat, sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasakan nilai dari produk atau jasa yang digunakan. Nilai yang diberikan oleh pelanggan merupakan apresiasi terhadap produk berkualitas, maka perasaan puas yang dialami oleh pelanggan terjadi saat pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas[1]. Saluran distribusi yaitu tim organisasi yang saling mempengaruhi dalam proses pembentukan atau pengelolaan barang atau jasa yang siap dipakai atau dikonsumsi oleh pengguna industrial atau konsumen [2]. Harga ialah jumlah uang yang ditukar dengan barang untuk mengganti jasa atau produk[3]. Keputusan pembelian ialah sebuah proses pembelian barang yang di lakukan oleh pelanggan dalam melakukan pembelian jasa atau produk [4]. Dari semua penjabaran di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: (a) apakah saluran distribusi mempengaruhi keputusan pembelian? (b) apakah harga berpengaruh pada keputusan pembelian? (c) apakah saluran distribusi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian? Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui terjadinya penurunan penjualan dan mencari penyebab dari penurunan penjualan dari segi saluran distribusi dan harga untuk menjadi keputusan pembelian.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen saluran distribusi ialah strategi untuk mengembangkan saluran distribusi dari rencana (*planning*), organisasi (*organizing*) pengoperasian (*operation*), dan kontrol (*controlling*) untuk mencapai suatu tujuan[5]. Saluran distribusi yaitu kelompok yang bergantung dalam suatu proses pembuatan produk atau jasa menjadi suatu barang yang dikonsumsi atau digunakan[6]. Saluran distribusi ialah yang menyalurkan barang dari gudang ke tempat agen besar/grosir, kios, swalayan, dan warung tradisional [7]. Harga ialah biaya yang dikenakan untuk produk dan layanan, atau hasil nilai yang digantikan oleh pelanggan untuk kepentingan dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut[8]. Ada empat indikator dalam digunakan dalam mengukur harga, ialah: terjangkau harga, suaiannya harga dengan kualitas, daya saing dan sesuaiannya harga dengan manfaat produk[9]. Keputusan pembelian yaitu keputusan pelanggan membelanjakan atau tidaknya barang atau jasa merupakan pilihan penting bagi pemasar[5]. Indikator struktur setiap keputusan pembelian ada beberapa bagian yaitu: tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, tempat membeli produk dan toko apa yang akan dibeli, jumlah produk, keputusan pada saat pembelian, dan metode pembayaran[3]. Keputusan pembelian merupakan proses hasil membeli barang atau jasa, istilah keputusan pembelian menerangkan bagaimana konsumen mengevaluasi berbagai macam merek atau jasa tertentu sehingga mendapatkan pilihan dari salah satu untuk memenuhi kebutuhan yang jelas[4]. Keputusan pembelian yaitu pilihan dari beberapa pilihan sehingga seseorang harus memiliki pilihan lain saat mengambil keputusan, kemudian keputusan pembelian konsumen ialah putusan yang dipakai pelanggan secara bertahap membeli produk dan jasa[10]. Keputusan pembelian ialah keputusan pribadi untuk berpartisipasi langsung dalam keputusan pembelian untuk membeli produk yang disediakan oleh penjual, merupakan aktivitas personal yang secara langsung berpartisipasi dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan[11].

Hubungan Saluran Distribusi dengan Keputusan Pembelian

Distribusi merupakan serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikinya dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi merupakan hal yang penting karena dengan adanya saluran distribusi produk dari produsen akan sampai ke konsumen. Jika produk mudah dicari di pasaran,

maka konsumen akan cenderung memutuskan untuk melakukan pembelian dari pada membeli produk yang susah dicari di pasaran[10].

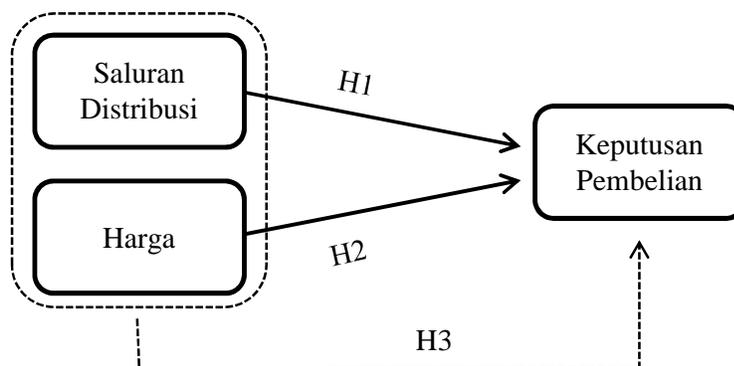
Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian

Harga suatu produk atau jasa merupakan faktor penentu utama dari permintaan pasar yang dapat mempengaruhi posisi persaingan. Harga menentukan laku tidaknya suatu produk saat akan dijual sehingga sangat penting dalam menentukan kelangsungan perusahaan[12]. Konsumen sangat tergantung pada waktu mereka harus membuat keputusan melakukan pembelian, sedangkan informasi mengenai produk yang akan dibelinya tidak lengkap. Berdasarkan harga yang ditetapkan maka konsumen juga menetapkan berapa jumlah yang dibeli berdasarkan harga tersebut[13].

Hubungan Saluran Distribusi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hal yang terpenting dalam keputusan pembelian adalah konsumen yang sudah memilih produk tersebut melalui saluran distribusi dan harga, sehingga konsumen melakukan perbandingan dari produk satu dengan produk yang lain, maka selanjutnya konsumen akan mengambil suatu keputusan pembelian untuk membeli produk tersebut.

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Model Penelitian

Hipotesis

Hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1 : diduga ada pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

H2 : diduga ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

H3 : diduga ada pengaruh saluran distribusi dan harga terhadap keputusan pembelian

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam riset ini yaitu deskriptif kuantitatif, berdasarkan fakta yang terjadi di perusahaan. Peneliti akan melakukan pengolahan data dari hasil jawaban kuesioner menggunakan aplikasi SPSS. Data dianalisis dengan regresi berganda, uji F, dan uji t. Riset ini dilakukan di distributor PT Sentralsari Primasentosa (air Cleo). Riset ini telah dikerjakan pada bulan Januari s.d. Maret 2021. Metode pengumpulan data yaitu dengan wawancara (interview), kuesioner, observasi dan dokumentasi. Wawancara ini digunakan untuk mencari informasi tentang kesan pembelian terhadap produk air Cleo yang berada di Kabupaten Brebes. Populasi yaitu konsumen Cleo yaitu dengan jumlah sebanyak 954 (toko/pelanggan) di kabupaten Brebes. Teknik pengambilan sampel dalam riset ini memakai accidental sampling. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dengan rumus Slovin yaitu sejumlah 100 responden. Variabel yang dipakai yaitu harga (X_1), saluran distribusi (X_2) dan saluran distribusi (Y). Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui data tentang harga, saluran distribusi terhadap keputusan pembelian di kabupaten Brebes. Metode analisis data memakai analisis deskriptif prosentase dan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Analisis uji hipotesis meliputi uji regresi berganda, uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Kriteria untuk interpretasi validitas instrumen adalah apakah tabel r hitung $>$ r tabel adalah valid. Tabel r diperoleh dari nilai nilai *product moment* dari derajat kebebasan (df) = $N-2$, N adalah jumlah responden dan makna (kesalahan) digunakan 5%, dan jumlah awal responden untuk uji validitas sebanyak 25 orang, maka nilai tabel r adalah 0.3961.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil. Namun sebaliknya jika jawaban seseorang tidak konsisten atau tidak stabil maka tidak reliabel. Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *repeated measure* atau pengukuran ulang dan *one shot* atau pengukuran sekali.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

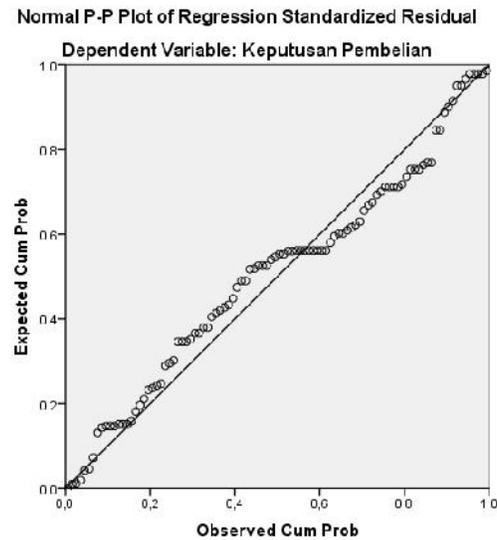
Variabel	Indikator	Hasil Validitas	Keterangan	Hasil Realibilitas	Keterangan
Saluran Distribusi	SD.1	0,726	Valid	0,774	Reliabel
	SD.2	0,731	Valid		
	SD.3	0,752	Valid		
	SD.4	0,742	Valid		
	SD.5	0,676	Valid		
Harga	HG.1	0,764	Valid	0,784	Reliabel
	HG.2	0,804	Valid		
	HG.3	0,511	Valid		
	HG.4	0,809	Valid		
	HG.5	0,789	Valid		
Keputusan Pembelian	KP.1	0,790	Valid	0,846	Reliabel
	KP.2	0,803	Valid		
	KP.3	0,818	Valid		
	KP.4	0,833	Valid		
	KP.5	0,680	Valid		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil validitas masing-masing variabel dan indikator memiliki nilai > 0.3961 , yang berarti bahwa setiap variabel dinyatakan valid. Dikatakan bahwa keandalan berlaku jika variabelnya dihargai $> 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas data dipakai untuk memastikan apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normal yang digunakan yaitu grafik grafik dimana asumsi normalitas dipenuhi, jika titik-titik dalam tabel memperkirakan sumbu diagonal. Hasil plot grafik dijelaskan pada gambar di bawah ini:



Gambar 3. Diagram P-P Plot Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Olah Data SPSS

Berdasar gambar 3. bahwa plot nilai residual standar atau nilai kesalahan membentuk pola yang mendekati garis lurus. Pola kesalahan yang membentuk pola garis lurus yang pada gambar menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal.

Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

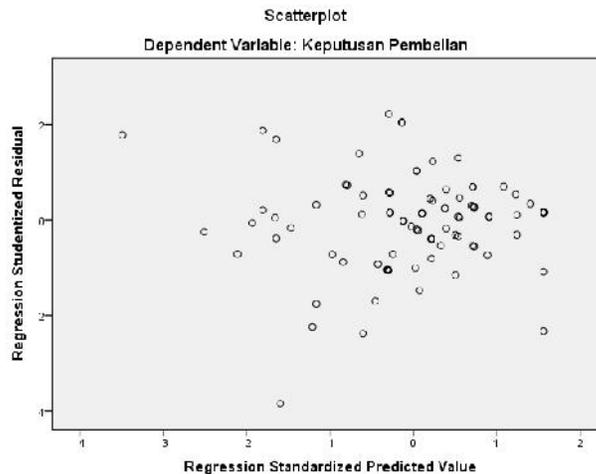
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,826	1,720		1,061	,291		
	Saluran Distribusi	,434	,100	,382	4,337	,000	,593	1,685
	Harga	,478	,096	,440	4,990	,000	,593	1,685

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 3, di dapat nilai Tolerance sebesar 0,593 dari setiap variabel independen $> 0,10$ dapat ditafsirkan, multicollon tidak dapat ditafsirkan dalam model regresi, dan nilai VIF 1.685 dari masing-masing variabel < 10.00 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasar grafik Scatter Plot di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik diperbanyak secara acak dan tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada penempatan hetero dalam model regresi, sehingga model regresi layak untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan variabel bebas harga dan saluran distribusi.

Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis dikerjakan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, yang bertujuan mengukur pengaruh antara variabel independen ialah saluraan distrubusi dan harga terhadap variabel dependen ialah kepuasan pembelian. Hasil uji ini dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Koefisien Tidak Standar		Standar Koefisien		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Konstant)	1,826	1,720		1,061	,291
Saluran Distribusi	,434	,100	,382	4,337	,000
Harga	,478	,096	,440	4,990	,000

a. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil tes sebelumnya, persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

X₁ = Koefisien regresi saluran distribusi

X₂ = Koefisien regresi harga

Hasil uji hipotesis adalah jika nilai sig > maka H₀ ditolak, dan jika nilai sig < maka H₀ diterima.

1. Pengujian hipotesis pertama (H₁)

Nilai Sig. untuk pengaruh X₁ terhadap Y adalah sebesar 0,001 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima yang berarti terdapat pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

2. Pengujian hipotesis ke dua (H₂)

Nilai Sig. untuk pengaruh X₂ terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima yang berarti terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Hasil Uji F

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Berganda (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	725,791	2	362,896	60,070	,000 ^b
	Residual	585,999	97	6,041		
	Total	1311,790	99			

a. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Konstant), Harga, Saluran Distribusi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Nilai Sig. untuk pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh saluran distribusi dan harga terhadap keputusan pembelian.

Uji Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.perkiraan kesalahan
1	,744 ^a	,553	,544	2,458

a. Predictors: (Konstant), Harga, Saluran Distribusi

b. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasar tabel 6, diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.544, yang berarti sumbangsih pengaruh saluran distribusi dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 54.40%, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain 45.60% yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh, dapat disimpulkan dari hasil penelitian yaitu: (a) saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya saluran distribusi dengan hasil yang baik, sehingga adanya ketertarikan dan meningkatkan pembelian terhadap keputusan pembelian air Cleo. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian ini, terbukti bahwa saluran distribusi berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian. (b) Harga juga memiliki pengaruh terhadap suatu pembelian, karena dengan adanya harga yang terjangkau yang sesuai dengan manfaat konsumen yang diberikan dapat meningkatkan minat beli pada air Cleo. Hal ini dapat dilihat dalam hasil penelitian terbukti bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (c) Saluran distribusi dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, karena penyaluran distribusi yang bagus dengan harga yang sesuai yang akan menghasilkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Dari hasil penelitian terbukti bahwa saluran distribusi dan harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Saran untuk penyaluran distribusi agar tetap terjaga untuk menjaga stabilnya penjualan. Namun demikian, pentingnya harga agar bisa mengimbangkan dengan pesaing yang lain, karena banyak pesaing lokal maupun interlokal yang mampu bersaing harga dengan yang lain.

DAFTAR REFERENSI

- [1] A. Afifah, R. Setiadi, M. Mukson, G. Fitralisma, S. Ikhwan, and F. Dwita Kumala, “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Tape Ketan Daun Jambu,” *J. Econ. Manag.*, vol. 1, no. 2, pp. 37–41, 2021, doi: 10.46772/jecma.v1i02.359.
- [2] B. Supriyatno and P. P. E. S. P. Ngawi, “Pengaruh Atribut Produk, Iklan dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Shopping Goods Melalui Media Online (Studi Kasus : Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi Tahun 2016).,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 21–25, 2017, [Online]. Available: <http://www.elsevier.com/locate/scp>.
- [3] H. Hermanto, “Pengaruh Persaingan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada CV. Greentech Belilas Kabupaten Indragiri Hulu,” *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 54–63, 2018, doi: 10.34006/jmbi.v7i2.51.
- [4] A. E. P. Kristiga Wituhu, “Pembelian Di Pasar Bunga Kalisari Semarang Kristiga Wituhu , Apriatni Endang Prihatini Email : kristigawi@gmail.com Pendahuluan,” 2018.
- [5] O. Y. A. Gadi and D. A. Iskandar, “Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Toko Dan+Dan di Duta Harapan),” *Ultim. Manag. J. Ilmu Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 46–61, 2020, doi: 10.31937/manajemen.v12i1.1472.
- [6] A. Ariyanto *et al.*, “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Saluran Distribusi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Survei pada Konsumen Toyota Calya di Nasmoco Ringroad Surakarta),” *J. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 19, no. Desember, pp. 520–527, 2019.
- [7] Jumiati dan Toto Sugiarto, “Analisis Pengaruh Harga dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Wilayah Banjarbaru pada PT Indomarco Adi Prima Cabang Banjarmasin,” pp. 311–324, 2003.
- [8] V. A. Sari, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang),” *J. Ilmu Adm. Bisnis S1 Undip*, vol. 6, no. 3, pp. 453–464, 2017.

- [9] A. Cynthia Budianti, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Redmi 1S (Studi pada Pengunjung Wtc Surabaya),” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 5, no. 1, 2017.
- [10] H. H. B. Al Ghozali and A. B. Purwanto, “Green Product, Saluran Distribusi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 26, no. 1, pp. 49–57, 2019.
- [11] Resa Puji Riyanto, “Pengaruh Brand Image, Promosi dan Distribusi pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Kasus pada Konsumen Taruna Adiprima Motor Kudus),” p. 2015, 2015, [Online]. Available: <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>.
- [12] Dumadi, D., Riono, S. B. ., & Mulyamin, M. (2021). Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Konter Andika Cell Losari). *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 45–56. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.620>
- [13] A. Fatharani, N. Lubis, and R. S. Dewi, “Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Harga (Price), dan Kelompok Referensi (Reference Group) Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry,” *J. Ilmu Adm. Bisnis SI Undip*, vol. 2, no. 3, pp. 57–76, 2013.