

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA PT ROBUSTA BHINNEKA CIPTA SELARAS**

SKRIPSI



Oleh:

**Ririn Respiani
160910259**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA PT ROBUSTA BHINNEKA CIPTA SELARAS**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

**RIRIN RESPIANI
160910259**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALISTIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ririn Respiani
NPM : 160910259
Falkutas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT ROBUSTA BHINNEKA CIPTA SELARAS.

Adalah hasil karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 18 Februari 2020



Ririn Respiani
160910259

**Pengaruh Produk, Promosi dan Saluran Distribusi
Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Robusta
Bhinneka Cipta Selaras**

**Oleh:
RIRIN RESPIANI
160910259**

**SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 18 Februari 2020



Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing

ABSTRAK

Kota Batam termasuk salah satu kota industri di Indonesia yang ekonominya berkembang dan merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terbentuk bukan secara kebetulan, melainkan melalui suatu proses tertentu yang diwarnai oleh adanya berbagai perubahan kendali di semua objek salah satunya adalah industri kopi. Perusahaan dituntut untuk membuat konsumen merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat dan memiliki keunggulan bersaing yang tidak dimiliki oleh bisnis sejenis. Para pemasar bersaing tajam dalam mengelola bisnis produk kopi, mengakibatkan konsumen dihadapkan pada beberapa jenis olahan kopi dengan berbagai variasi, merek, kemasan, promosi, distribusi serta kualitasnya. Oleh karena itu, dilakukannya penelitian tentang minat beli konsumen yang dipengaruhi atas produk, promosi dan saluran distribusi. Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian yang disusun pada rangka dengan menghasilkan gambaran yang sistematis mengenai informasi ilmiah yang bersumber dari subyek atau obyek penelitian. Penelitian deskriptif ini akan memfokuskan ke penjelasan sistematis mengenai fakta yang telah didapat saat penelitian dilaksanakan. Setelah data tersebut diolah melalui metode analisis data, laporan skripsi ini telah menunjukkan tiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen artinya tingkat minat beli yang telah dipengaruhi dengan produk, promosi dan saluran distribusi tersebut tinggi sebesar 46,9%, selain itu sisanya dipengaruhi dengan variabel yang lainnya.

Kata Kunci: Produk, Promosi, Saluran Distribusi dan Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

Batam City is one of the industrial cities in Indonesia whose economy is developing and is a series of activities that were formed not by accident, but through a certain process that is colored by various changes in control in all objects, one of which is the coffee industry. Companies are required to make consumers feel satisfied by offering better services and services, given the company must be able to maintain its market position amid increasingly fierce competition and have a competitive advantage that is not owned by similar businesses. Marketers compete sharply in managing the coffee product business, resulting in consumers faced with several types of processed coffee with various variations, brands, packaging, promotions, distribution and quality. Therefore, research on consumer buying interest is influenced by products, promotions and distribution channels. This research design uses a research design that is arranged in order to produce a systematic picture of scientific information sourced from the subject or object of research. This descriptive research will focus on a systematic explanation of the facts that have been obtained when the research is carried out. After the data is processed through the method of data analysis, this thesis report has shown that these three variables have a significant influence on consumer buying interest, meaning that the level of buying interest that has been influenced by the product, promotion and distribution channels is high of 46,9%, while the rest is influenced by other variables.

Keywords: *Product, Promotion, Distribution Channel and Customer Buying Interest.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E.,M.M. selaku pembimbing skripsi.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar yang turut memberikan motivasi, doa dan pengorbanannya kepada penulis.
7. PT Robusta Bhinneka Cipta Selaras yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Ria Citra Dewi Hutapea, Nurul Wahyu Nadianingrum, Windy Marzita, Harindayani, Dona, Gita dan kerabat seperjuangan di Universitas Putera Batam.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufiknya, Amin.

Batam, 18 Januari 2020



Ririn Respiani
(160910259)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALISTIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Produk	11
2.1.1 Definisi Produk	11
2.1.2 Tingkatan Produk	12
2.1.3 Indikator Produk.....	13
2.2 Promosi.....	14
2.2.1 Definisi Promosi.....	14
2.2.2 Sarana Promosi.....	15
2.2.3 Indikator Promosi	16
2.3 Saluran Distribusi.....	17
2.3.1 Definisi Saluran Distribusi	17
2.3.2 Jenis-Jenis Saluran Distribusi.....	19
2.3.3 Indikator Saluran Distribusi	20
2.4 Minat Beli Konsumen	21
2.4.1 Definisi Minat Beli Konsumen	21
2.4.2 Tahap-Tahap Minat Beli Konsumen	22
2.4.3 Indikator Minat Beli Konsumen.....	23
2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Kerangka Pemikiran.....	25
2.6.1 Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	26
2.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	26
2.6.3 Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	26
2.6.4 Pengaruh Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	26

2.7	Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Defenisi Operasional Variabel	29
3.2.1	Variabel Independen/Variabel Bebas (X)	29
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi	32
3.3.2	Sampel.....	33
3.5	Teknik Analisis Data	35
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.5.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	36
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	37
3.5.4	Uji Pengaruh.....	39
3.5.5	Uji Hipotesis.....	40
3.5.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Profil Responden	42
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	44
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	48
4.3	Pembahasan.....	59
4.3.1	Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli.....	59
4.3.2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	59
4.3.3	Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2.	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Kopi di PT Robusta selama 5 tahun terakhir	5
Tabel 1.2 Produk Kopi PT Robusta Bhinneka Cipta Selaras	5
Tabel 1.3 Jumlah Konsumen PT Robusta Bhinneka Cipta Selaras Periode Juni - November 2019	7
Tabel 2 1 Model AIDA.....	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif	36
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif	45
Tabel 4.5 Variabel Produk (X_1).....	45
Tabel 4.6 Variabel Promosi (X_2).....	46
Tabel 4.7 Variabel Saluran Distribusi (X_3)	47
Tabel 4.8 Variabel Minat Beli (Y)	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolgomorov-Smirnov	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pola Saluran (Distribusi) Pemasaran Kopi PT Robusta Bhinneka Cipta Selaras	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Grafik Histogram	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot	51

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	33
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	39