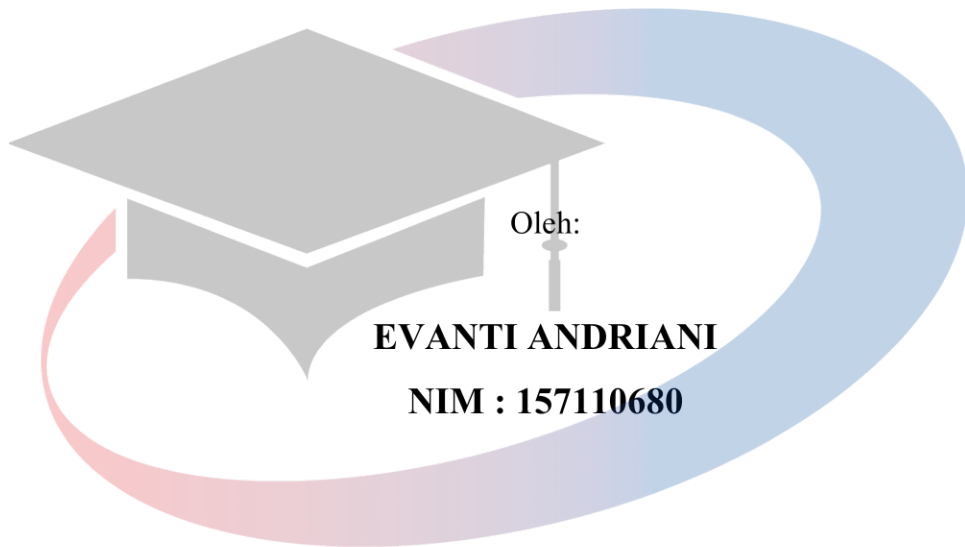


**PENGARUH MEREK, HARGA, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLI MESIN
MEREK TERMO OLEH PELANGGAN
PT. INDOTERAS SUMATERA
MEDAN**

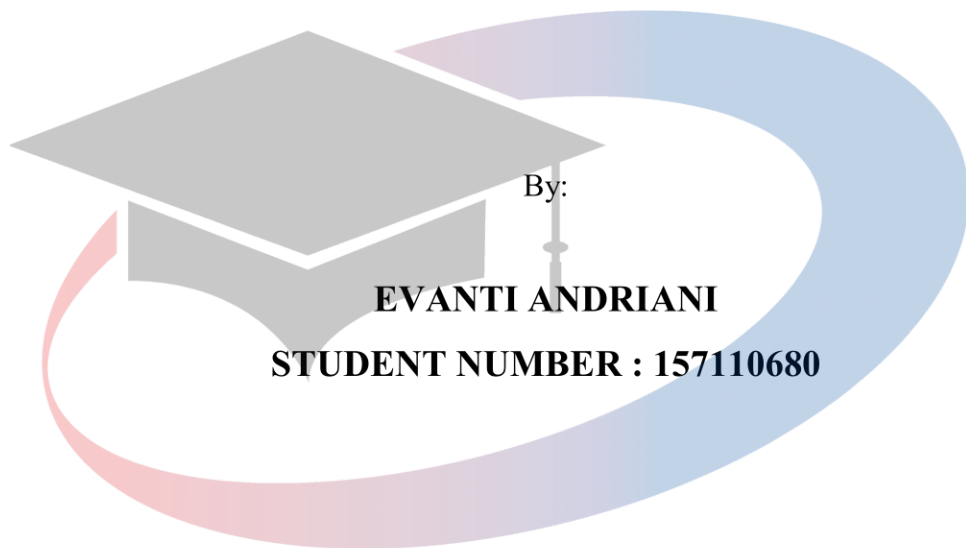
SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MIKROSKIL
MEDAN
2019**

**INFLUENCE OF BRAND, PRICE, AND DISTRIBUTION
CHANNEL TOWARD PURCHASING DECISIONS OF
TERMO OIL MACHINE BY PT INDOTERAS
MEDAN CUSTOMER**

FINAL RESEARCH



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MIKROSKIL
MEDAN
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH MEREK, HARGA, DAN SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLI MESIN
MEREK TERMO OLEH PELANGGAN
PT. INDOTERAS SUMATERA
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

**EVANTI ANDRIANI
NIM. 15.711.0680**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,



Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.

Medan, 22 Agustus 2019

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen,



Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Evanti Andriani
NIM : 157110680
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Merek, Harga, dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Oli Merek Termo oleh pelanggan PT. Indoteras Sumatera Medan

Tempat Penelitian : PT. Indoteras Sumatera Medan
Alamat Tempat Penelitian : Jalan Perbaungan No. 2Q Medan
No. Telepon Tempat Penelitian : 0812-2271-2323 / 0819-2118-238

Schubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (Non – exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan , mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh – sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun,

Medan, 22 Agustus 2019

Saya yang membuat pernyataan,


Evanti Andriani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh merek, harga, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian oli mesin merek Termo oleh pelanggan PT. Indoteras Sumatera Medan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan tetap di PT. Indoteras Sumatera Medan April 2019 sebanyak 62 pelanggan. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sampling jenuh dan berjumlah 62 pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa merek, harga, dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oli mesin merek Termo oleh pelanggan PT. Indoteras Sumatera Medan. Dan merek, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oli mesin merek Termo oleh pelanggan PT. Indoteras Sumatera Medan. Berdasarkan hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,842. Hal ini berarti kemampuan variabel merek, harga, dan saluran distribusi dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 84,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 15,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Merek, Harga, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to acknowledge and analyze the influence brands, prices, and distribution channels on purchasing decisions of Termo brand engine oil by customers of PT. Sumatera Indoteras Medan. This type of research is a quantitative descriptive study. The population in this study is the number of regular customers at PT. Indoteras Sumatera Medan in April as many as 62 customers. The sample technique used in the study was saturated sampling and amounted to 62 customers. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the brand, price, and distribution channels partially had a positive effect on the decision to purchase Termo brand engine oil by customers of PT. Indoteras Sumatera Medan. And brand, price, and distribution channel simultaneously have a positive effect on the decision to purchase Termo brand engine oil by customers of PT. Indoteras Sumatera Medan. Based on the results of the regression calculation, it can be seen that the coefficient of determination (*adjusted R²*) obtained is 0,842. This means that the ability of brand variables, prices, and distribution channels in explaining the purchase decision variables of 84,2%, while the rest of 15,8% is explained by other variables not examined in this research.

Keywords: *Brand, Price, Distribution Channels, Purchasing Decisions*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kemurahannya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Merek, Harga, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Oli Mesin Merek Termo oleh Pelanggan PT. Indoteras Sumatera medan”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M. selaku Dosen pembimbing I dan selaku Ketua STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si., selaku Dosen pendamping dan selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan,
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STMIK-STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STMIK-STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T. selaku Wakil Ketua III STMIK-STIE Mikroskil Medan

7. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Dosen STIE – Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
9. Seluruh responden dari pelanggan PT. Indoteras Sumatera Medan yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan kepada pelanggan PT. Indoteras Sumatera Medan yang telah membantu membagi kuesioner, terima kasih atas kerja samanya.
10. Orang tua penulis, Bapak Tjie Tjing dan Ibu Yenni yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
11. Teman-teman seperjuangan penulis Sally Frisca, Susanto, Surianto, Jimmy Yang, Agustinus Simson Sibarani, Kevin Lorent, Rudi Handoko, Andi, Devita serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 22 Agustus 2019

Penulis,

(Evanti Andriani)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Originalitas Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pemasaran	7
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	8
2.1.3. Merek	12
2.1.4. Harga	15
2.1.5. Saluran Distribusi.....	19
2.2. Review Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Konseptual	26
2.4. Pengembangan Hipotesis	28
2.4.1. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4.3. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4.4. Pengaruh Merek, Harga, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Objek Penelitian	30
3.3. Populasi dan Sampel	30
3.4. Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1. Penelitian Lapangan (Data Primer).....	30
3.4.2. Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	31
3.5. Definisi Operasional Variabel	32
3.6. Metode Analisis Data	34
3.6.1. Statistik Deskriptif	34
3.6.2. Uji <i>Validitas</i> dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	34
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	35
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.6.5. Uji Hipotesis	38
3.6.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	42
4.1.3. Gambaran Umum Responden (Demografi)	42
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif.....	43
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	45
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.1.7. Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.1.8. Uji Hipotesis	55
4.1.9. Koefisien Determinan (R^2).....	56
4.2. Pembahasan	57
4.2.1. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.2.3. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.2.4. Pengaruh Merek, Harga, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	92



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal Probability Plot	50
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	53



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Oli Mesin Merek Termo PT. Indoteras Sumatera Medan Tahun 2017	2
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	43
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Merek (X_1)	43
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Harga (X_2)	44
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Saluran Distribusi (X_3)	44
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Merek (X_1)	46
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	46
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi (X_3)	47
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Merek	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Harga	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Saluran Distribusi	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.16 Uji Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.18 Uji Glejser	53
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)	55
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	56
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	71
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS.....	78
Lampiran 4 Tabel Distribusi	85



UNIVERSITAS MIKROSKIL