

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMPEK PAK RADEN KECAMATAN  
SAKO PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama : ARYA RAHMAT FERNANDA**

**Nim : 212017333**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2021**

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMPEK PAK RADEN KECAMATAN  
SAKO PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada**

**Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Arya Rahmat Fernanda**

**Nim : 212017333**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ARYA RAHMAT FERNANDA  
NIM : 212017333  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi,

Palembang,     
Arya Rahmat Fernando

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Terhadap Keputusan  
Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang  
Nama : Arya Rahmat Fernanda  
Nim : 212017333  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal,

Pembimbing, I

Dr. Sri Rahayu S.E, M.M  
NIDN: 0206016702

Pembimbing, II

Yudha Mahyom DS, S. E, M.Si  
NIDN: 0221036902

Mengetahui,

Dekan

KEMAD Program Studi Manajemen  
  
Zalena Tri Handayani, SE. M.Si  
NIDN: 0229057501

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“DAN BARANG SIAPA YANG BERTAKWA KEPADA ALLAH SWT, NISCAYA ALLAH MENJADIKAN BAGINYA KEMUDAHAN DALAM URUSANNYA “**

**-(Q. S At-Talaq: 4)**

**“JUST BECAUSE YOU TRYING TO DO SOMETHING GOOD, DOESN'T MEAN YOUR ABOVE CRITICISM”**

**-ANONIM**

**Dengan Mengucap Rasa Syukur Alhamdulillah Kepada Allah SWT.**

**SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK:**

- **Allah SWT. Karena dengan karunia-Nya saya bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik dan lancar**
- **Untuk kedua orang tuaku tercinta Ayah Fabril Lenin dan Ibu Betlis Yanti sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih sayang yang tiada terhingga. Terima kasih Ayah, Terima kasih Ibu atas semua yang telah engkau berikan semoga selalu diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah kecilku bersama Kakak tercinta Revi, Cici, dan Irvan menuju kesuksesan.**
- **Kakak-Kakak tersayang Revi, Cici dan Irvan**
- **Teman hidup, sahabat Warung Wak's dan teman-teman yang telah mendukungku.**

## PRAKATA



### **Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Alhamdulillahirabbilalamin segala puji hanyalah milik Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Kota Palembang” dengan tepat waktu. Sholawat serta salam kita haturkan semoga selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, Ayahanda Fabril Lenin dan Ibunda Betlis Yanti yang selalu berusaha dengan maksimal dalam hal mendukung, memotivasi, dan selalu mendoakan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Selesainya Penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan, bantuan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Sri Rahayu S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra S.E, M.Siselaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan sabar membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Anggreany Hustia S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Bapak, Ibu Dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi kepada penulis.
7. Pegawai Kecamatan Sako berikut seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
8. Sahabat-sahabat di tempat Wak semuanya khususnya yang telah membantu dan mendukung ku dalam perkuliahan ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin Ya Rabbal Alamin

**Wassalamualaikum Wr. Wb**

Palembang, 2021

Arya Rahmat Fernanda

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PRAKATA.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PERPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Sebelumnya.....	17
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi penelitian .....	23
C. Operasional Variabel.....	23
D. Populasi dan Sampel .....	24
E. Data yang Diperlukan .....	26
F. Metode Pengumpulan Data.....	26
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Hasil Penelitian .....	34
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	58

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN BAHASAN.....</b>	<b>62</b>
<b>A.</b>	<b>SIMPULAN .....</b>	<b>62</b>
<b>B.</b>	<b>SARAN .....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL I.1</b> .....	<b>4</b>
<b>TABEL I.2</b> .....	<b>5</b>
<b>Tabel III.1</b> .....	<b>23</b>
<b>Tabel IV.1</b> .....	<b>38</b>
<b>Tabel IV.2</b> .....	<b>39</b>
<b>Tabel IV.3</b> .....	<b>40</b>
<b>Tabel IV.4</b> .....	<b>41</b>
<b>Tabel IV.5</b> .....	<b>42</b>
<b>Tabel IV.6</b> .....	<b>43</b>
<b>Tabel IV.7</b> .....	<b>45</b>
<b>Tabel IV.8</b> .....	<b>47</b>
<b>Tabel IV.9</b> .....	<b>49</b>
<b>Tabel IV. 10</b> .....	<b>51</b>
<b>Tabel IV. 11</b> .....	<b>53</b>
<b>Tabel IV. 12</b> .....	<b>55</b>
<b>Tabel IV. 13</b> .....	<b>56</b>
<b>Tabel IV. 14</b> .....	<b>57</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

**GAMBAR II.1 Model Perilaku Konsumen**

**GAMBAR II.2 Kerangka Pemikiran**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

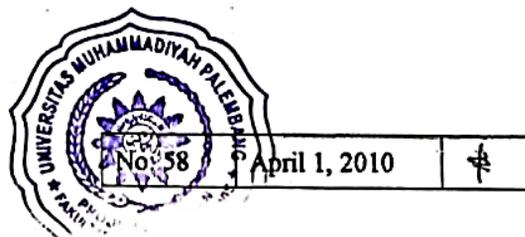
- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian**
- Lampiran 2 : Kuisisioner**
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Validitas dan Realibitas**
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Realibitas**
- Lampiran 5 : Tabulasi Hasil Jawaban Responden**
- Lampiran 6 : Hasil Perhitungan SPSS.**
- Lampiran 7 : Tabel r**
- Lampiran 8 : Tabel F**
- Lampiran 9 : Tabel t**
- Lampiran 10 : Kartu Aktivitas Bimbingan**
- Lampiran 11 : Surat Selesai Riset**
- Lampiran 12 : Sertifikat Aik**
- Lampiran 13 : Sertifikat SPSS**
- Lampiran 14 : Plagiarism Checker**
- Lampiran 15 : Sertifikat Seminar Online**
- Lampiran 16 : Sertifikat Komputer**
- Lampiran 17 : Biodata**

## ABSTRACT

**Arya Rahmat Fernanda /212017333/ The Effects of Product, Price, and Distribution on the Purchase Decision of Pempek Pak Raden in Sako Sub-district, Palembang.**

*The formulation of the problem in this study was whether there was an effect of product, price, distribution on the purchase decision of pempek Pak Raden in Sako sub-district, Palembang. This study aimed to determine the effect of product, price, and distribution on the purchase decision of Pempek Pak Raden in Sako sub-district Palembang. This type of research was associative. The variables used product, price, distribution, which were associated with purchase decision. The population of this study was the community in the Sako sub-district Palembang which was infinite and the sample used 100 people who were taken by purposive sampling technique. The data used in this study was primary data with data collection techniques through questionnaires. Furthermore, the data analysis technique used quantified qualitative analysis and multiple linear regression analysis. The results of this study indicated that product, price, and distribution simultaneously and significantly influence the purchase decision of Pempek Pak Raden. In the partial test the Product and Price variables had a positive and significant effect on the purchase decision of Pempek Pak Raden in Sako sub-district Palembang while the distribution variable did not have significant effect on the purchase decision of Pempek Pak Raden in Sako sub-district Palembang.*

**Keywords: Product, Price, Distribution, Purchase Decision**



### **Abstrak**

#### **Arya Rahmat Fernanda /212017333/ Pengaruh Produk, Harga, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh Produk, Harga, Distribusi terhadap keputusan Pembelian Pempek Pak Raden Di Kecamatan Sako Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Harga, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Variabel yang digunakan adalah produk, harga, distribusi, yang dihubungkan dengan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di kecamatan Sako Palembang yang bersifat infinite dan sampel ditetapkan sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yang dikuantitatifkan dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Produk, Harga, dan Distribusi secara simultan dan signifikan mempengaruhi Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden. Dalam uji parsial variabel Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang, sedangkan variabel Distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang.

**Kata kunci : Produk, Harga, Distribusi, Keputusan Pembelian**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran memegang peran yang penting bagi kelangsungan usaha bisnis dengan hasil produk yang biasa saja bisa jadi sukses bisa jadi sukses hanya karena strategi pemasaran perusahaan yang cukup handal, sebaliknya sebuah perusahaan dengan produk yang cukup berkualitas pun tak akan mengalami penjualan yang maksimal jika tidak dilakukan upaya pemasaran yang baik terhadap konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi dan menggunakan keahlian mereka agar perusahaan berjalan lebih baik. (Kotler dan Amstrong dalam Subianto, (2007:166).

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan, dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu pemasaran dinilai sangat penting karena perannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus kreatif dan inovatif dalam melakukan terobosan-terobosan baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas-aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk.

Menurut Kotler & Keller (2018:214), Perilaku Konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Buchari Alma (2013:96), Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Kotler & Keller (2009:4), Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Produk yang baik akan menarik minat konsumen untuk membeli.

Menurut Kotler dalam buku Rusyidi Abubakar (2018:44), Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang dibebankan atau suatu produk atau jasa jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau

menggunakan produk atau jasa tersebut. Penetapan harga yang tepat juga akan mendorong konsumen yang tertarik untuk melakukan pembelian.

Menurut Kotler dalam buku Rusyidi Abubakar (2018:44), Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang dibebankan atau suatu produk atau jasa jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Penetapan harga yang tepat juga akan mendorong konsumen yang tertarik untuk melakukan pembelian.

Kotler dalam buku Rusyidi Abubakar (2018:56), Saluran distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan. Saluran distribusi yang mudah diakses konsumen akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Beberapa kota di Indonesia sudah banyak sekali bermunculan para pengusaha kecil maupun pengusaha besar yang saling bersaing ketat, terutama persaingan dari sektor yang sejenis, salah satu contohnya yang sudah tidak asing lagi yaitu di sektor makanan. Salah satu daerah yang memiliki banyak makanan khas yaitu kota Palembang, Palembang terletak di Pulau Sumatera tepatnya Sumatera Selatan, sebagai Ibu Kota Sumatera selatan Palembang memiliki makanan khas antara lain Pempek, Tekwan, Laksan, Lakso, Otak-otak, Lenggang, Kerupuk Ikan, Martabak HAR, Mie celor dan lain-lain. Dari sekian banyak makanan tersebut makanan khas Palembang yaitu Pempek, Data penjualan semakin terancam tiap tahun ke tahun seperti pada tabel berikut:

**TABEL I.1**  
**DATA PENJUALAN PEMPEK DI PALEMBANG**

<b>Merek</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Pempek Candy	25,80%	19,80%
Pempek Pak Raden	21,50%	18,60%
Pempek Beringin	18,80%	22,90%
Pempek Nony	15,50%	18,90%

Sumber : <https://repository.radenfatah.ac.id>

Dari data di atas, penjualan Pempek Pak Raden pada 2 tahun terakhir mengalami Penurunan dari tahun 2018 sampai Tahun 2019 pada tahun 2018 Pempek Pak Raden Mencapai angka 21,50%, tetapi pada tahun 2019 Pempek Pak Raden mengalami penurunan drastis hingga 18,60%.

Dengan adanya data di atas peneliti melakukan survei dengan membuat kuesioner, untuk mengetahui penyebab Pempek Pak Raden kurang diminati oleh konsumen, sehingga tingkat penjualan Pempek Pak Raden mengalami penurunan. Kuesioner ini dibagikan kepada responden di Kecamatan Sako Palembang. Jawaban 30 responden ditampilkan dalam tabel berikut:

**TABEL I.2****Alasan Pempek Pak Raden Tidak di Sukai**

No	Keputusan Pembelian	Jumlah
1	Pempek Pak Raden Tidak memiliki Cita rasa yang unik	8
2	Bentuk Pempek Pak Raden relatif kecil	6
3	Harga Pempek Pak Raden Relatif tinggi dibanding para Kompetitornya	10
4	Stock/Persediaan di Pempek Pak Raden tidak selalu ada di cabangnya	6
	Jumlah	30

---

Sumber: Hasil Pra Penelitian,2021

Berdasarkan tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa Faktor yang mempengaruhi konsumen kurang minat untuk membeli Pempek Pak Raden yaitu karena Pempek Pak Raden masih kurang berinovasi dibandingkan para pesaingnya, dan faktor tersebut antara lain:

1. Pempek Pak Raden Tidak Memiliki Cita Rasa yang unik

Pempek Pak Raden tidak memiliki cita rasa yang unik di karenakan rasa pempek Pak Raden hampir sama dengan para kompetitornya, yang menyebabkan tidak adanya keunggulan dari Segi rasa dan Khas Pempek Pak Raden sendiri.

2. Bentuk Pempek pak Raden Relatif Kecil

Pempek Pak Raden Memiliki bentuk dan variasi yang tergolong kecil dari segi ukuran dibandingkan dari kompetitor lain, sehingga konsumen berfikir ulang untuk membeli Pempek Pak Raden sendiri.

3. Harga Pempek Pak Raden relatif tinggi di banding para kompetitornya  
Pempek Pak Raden memiliki Harga yang tinggi karena dalam harga paketan untuk yang 25pcs sekitar Rp.125.000, Sedangkan jika dibandingkan dengan Pempek Nony paket A harganya yaitu Rp.120.000, Membuat para konsumen untuk berfikir ulang dalam membeli Pempek Pak Raden.
4. Stock/Persediaan di Pempek Pak Raden tidak selalu ada di cabangnya  
Untuk Stock/Persediaannya, Terkadang Pempek Pak Raden tidak menyediakan berbagai variasi produknya di Cabang2 yang ada, sehingga membuat konsumen jenuh terhadap hal tsb.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kota Palembang.**

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah Pengaruh Produk, Harga, Distribusi terhadap keputusan pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang?
2. Adakah pengaruh Produk terhadap keputusan pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang?
3. Adakah pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Pempek Pak Raden di Kelurahan Sako Kecamatan Sako Palembang?
4. Adakah pengaruh Distribusi terhadap Keputusan pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk, Harga, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap keputusan pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Distribusi terhadap keputusan pembelian Pempek Pak Raden di Kecamatan Sako Palembang.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian dapat memberikan gambaran praktes dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

#### **2. Bagi Almamater**

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi dan dijadikan bahan bacaan bagi para peneliti yang sedang melakukan kegiatan penelitian untuk dijadikan bahan pertimbangan terutama di bidang pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Anwar Sanusi (2016). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta. Salemba empat
- Coc ranch, W.G., (2005), Teknik Penarikan Sampel, (Edisi ketiga), Jakarta: UI.
- Fandy Tjiptono. (2012). Strategi Pemasaran, (Edisi 3), Yogyakarta: Andi. .
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, (2012), Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid I, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. Jilid 2, Edisi 13
- M Anang Firmansyah, Budi Wahyu Mahardhika (2015) Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik di Surabaya.
- M. Guntur, Effendi, (2010). Transformasi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Sagung seto
- Made Fajar FernandoNi Made Asti Aksari (2018) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Bali. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Produk *Sanitary Ware* Toto di Kota Denpasar
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.